

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN MANUAL DE CONTROL
INTERNO PARA UNA EMPRESA DEDICADA A LA DISTRIBUCIÓN
DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES UBICADA EN LOS
VALLES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

CASO: SILVERSMART

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN INGENIERÍA COMERCIAL**

**ANDREA MARIBEL MANCHENO RODRIGUEZ
DIRECTOR: ING. CARLOS MANCHENO VACA. MGTR**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTION ESTRATÉGICA EN LAS
ORGANIZACIONES**

QUITO, JUNIO 2016

Director: Ing. Carlos Mancheno Vaca Mgtr.

Informante 1: Ing. Carlos Sierra

Informante 2: Ing. Idrián Estrella

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi director de Proyecto Ing. Carlos Mancheno Vaca. Mgtr, por brindarme su apoyo y consejo durante la elaboración de este proyecto.

Agradezco a mis amigos y compañeros.

Andrea Maribel Mancheno Rodríguez

DEDICATORIA

A mis padres Pier y Rigoberto que fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional.

A mis hermanos Christian y Marlon por brindarme siempre su apoyo y nunca dejarme sola

A mis sobrinos Isabella, Juan Ignacio y Sebastián quienes muchas veces han sido mi fuerza para seguir adelante.

A mi novio Andrés, quien desde un inicio me brindó su respaldo, el cual ha sido sumamente importante para la culminación de mi carrera.

Andrea Maribel Mancheno Rodríguez

INDICE

AGRADECIMIENTO,	ii
DEDICATORIA,	iii
INDICE,	iv
RESUMEN EJECUTIVO,	viii
INTRODUCCIÓN,	ix
ABSTRACT,	x

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA, 1

1.1 ANTECEDENTES,	1
1.2 MISIÓN,	9
1.3 VISIÓN,	9
1.4 VALORES,	9
1.5 ORGANIGRAMA,	10
1.6 DIAGRAMA DE PROCESOS,	11

2. DESCRIPCIÓN DE CONTROL INTERNO, 12

2.1 NACIMIENTO DEL CONTROL INTERNO,	12
2.1.1 Definición de Control Interno,	14
2.2 CLASES DE CONTROL INTERNO,	16
2.2.1 Control Interno Contable,	16
2.2.2 Control Interno Administrativo,	16
2.2.3 Otros Tipos de Control Interno,	17
2.3 OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO,	17
2.3.1 Objetivos del Control Interno Contable,	20
2.3.2 Objetivos del Control Interno Administrativo,	20
2.4 IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO,	20
2.5 ELEMENTOS DEL CONTROL INTERNO,	22
2.5.1 Entorno de control,	29
2.5.1.1 Establecimiento de objetivos,	29
2.5.1.2 Identificación de eventos,	30
2.5.2 Evaluación de riesgos,	31
2.5.3 Respuesta a los riesgos,	32
2.5.4 Actividades de control,	32
2.5.4.1 Tipos de actividades del control,	32
2.5.5 Información y comunicación,	33
2.5.6 Supervisión o monitoreo,	35
2.6 CONTROL DE LOS RECURSOS Y LOS RIESGOS- ECUADOR (CORRE),	35
2.7 MANUAL DE CONTROL INTERNO,	36

2.7.1	Definición,	36
2.7.2	Manual de procedimientos,	37
2.7.3	Métodos para evaluar un manual de control interno,	38
2.7.3.1	Método de cuestionario,	38
2.7.3.2	Método Gráfico,	39
2.7.3.3	Método narrativo,	40
3.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN MANUAL DE CONTROL INTERNO,	41
3.1	ANÁLISIS ACTUAL DE LA DISTRIBUIDORA SILVERSMART EN FUNCION DE LOS 5 COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO,	41
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO (DAFO),	45
3.4	OBJETIVOS DEL MANUAL DE CONTROL INTERNO,	48
3.5	DESARROLLO DE LA PROPUESTA,	49
3.5.1	Procesos a implementar en la propuesta,	49
3.5.2	Manual de Control Interno,	49
4.	ANÁLISIS DE MANUAL DE CONTROL INTERNO DE LA EMPRESA,	50
4.1	ANÁLISIS DE LA PROPUESTA,	50
4.2	ANÁLISIS DE RIESGOS,	53
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES,	56
5.1	CONCLUSIONES,	56
5.2	RECOMENDACIONES,	57
	BIBLIOGRAFÍA,	58
	ANEXOS,	60

INDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico No.1** Mapa de la ciudad de Sangolquí, 5
- Gráfico No.2** Mapa de la parroquia de San Rafael, 6
- Gráfico No.3** Mapa de la parroquia de Cumbayá, 7
- Gráfico No.4** Mapa de la parroquia de Tumbaco, 8
- Gráfico No.5** Organigrama de la distribuidora SilverSmart – Valle de los Chillos, 10
- Gráfico No.6** Flujograma de procesos de la comercialización de la distribuidora SilverSmart – Valle de los Chillos, 11
- Gráfico No.7** Componentes del Control Interno, 22
- Gráfico No.8** Evolución del Modelo, 24
- Gráfico No.9** Coso III, 25
- Gráfico No.10** Objetivos revisados y mejoras COSO 1992-2013, 26
- Gráfico No.11** Evolución del Modelo COSO, 28
- Gráfico No.12** Formato de Cuestionario para evaluación de control interno, 38
- Gráfico No.13** Formato de Flujograma, 39
- Gráfico No.14** Formato de narrativa, 40
- Gráfico No.15** Matriz de riesgos, 54

INDICE DE TABLAS

Tabla No.1 Componentes de Control Interno por distintas clasificaciones, 24

Tabla No.2 Principios del COSO II, 26

Tabla No.3 Cambios Representativos a nivel global y en cada componente del COSO, 27

Tabla No.4 Análisis estratégico- Matriz DAFO, 46

Tabla No.5 Análisis Matriz EFI (MEFI), 47

Tabla No.6 Análisis de la propuesta, 50

Tabla No.7 Valoración y mapeo de riesgos, 53

RESUMEN EJECUTIVO

En este proyecto de titulación se diseñó un Manual de Control Interno para la distribuidora SILVERSAMRT-Valle de los Chillos, empresa dedicada a la comercialización y distribución de bienes y servicios que la CNT establece.

El desarrollo de la monografía se encuentra estructurado de la siguiente manera:

En el primer capítulo se habla de la manera en la que se forma la CNT EP en el Ecuador, así como la manera en la que se encuentra estructurada internamente la distribuidora SILVERSAMRT- Valle de los Chillos.

En el segundo capítulo se habla sobre la descripción del control interno, en este capítulo se expone el surgimiento, clases, objetivos, importancia, elementos, manual de control interno.

En el tercer capítulo se realiza el desarrollo de la propuesta del Manual de Control Interno para la distribuidora SILVERSMART, partiendo de análisis internos previos, así como de la recopilación de información de la empresa.

En el cuarto capítulo se realiza un análisis después de la implementación del Manual de Control Interno, así como un análisis de los riesgos internos a los que se encuentra sujeta la distribuidora.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de titulación.

INTRODUCCIÓN

Debido a que cada vez la organización estructural de las empresas se ha tornado compleja y extensa se ha necesitado la implementación de un control de todos sus procedimientos internos.

SILVERTSMART-Valle de los chillos cuenta con 10 empleados, los cuales trabajan desorganizadamente ya que no tienen establecidos horarios y todas las actividades de la empresa se basan no en un plan estratégico estructurado, si no en la experiencia de los empleados y la gerente general.

Actualmente la distribuidora SILVERSMART-Valle de los Chillos tiene una estructura deficiente al no contar con la documentación de los procesos internos, roles de cada colaborador, políticas y normas, dando como resultado varios errores y demoras en todas las actividades que realiza la empresa.

Por ese motivo existe la necesidad de crear un Manual de Control Interno para poder mejorar la situación que atraviesa actualmente.

La propuesta es realizar un manual de control interno para la distribuidora con la finalidad de que todos los procedimientos se ejecuten bajo ciertos parámetros, ya que esto permitirá desarrollar adecuadamente las actividades, obteniendo beneficios significativos en ellas y afianzando la fortaleza de la empresa frente a la gestión.

ABSTRACT

TITULO:

Propuesta del Diseño de un Manual de Control Interno para una empresa dedicada a la Distribución de Servicios de Telecomunicaciones ubicada en los Valles del Distrito Metropolitano de Quito. Caso: SILVERSMART

RESUMEN:

SILVERSMART-Valle de los Chillos tiene una estructura deficiente en cuanto a la manera con la que se manejan sus actividades diarias dando como resultado una serie de errores y demoras en los procedimientos administrativos internos.

El presente trabajo documenta el diseño de un Manual de Control Interno para todas las áreas de la distribuidora SILVERSMART-Valle de los Chillos, el mismo que tuvo base en análisis internos y recolección de información. Se realizó un análisis basado en la simulación de la implementación del manual, así como un análisis de los riesgos a los que se encuentra expuesta la empresa y su respectiva mitigación.

La finalidad de este estudio es proponer a la gerencia un Manual en el que se puedan apoyar para llevar de mejor manera las actividades internas que se realizan en la distribuidora, permitiendo que los procedimientos que se lleven a cabo cuenten con ciertos parámetros para su ejecución, y así evitar falencias o fraudes en sus procedimientos.

En conclusión, se recomienda la implementación del Manual propuesto, ya que de esta manera se obtendrá beneficios significativos y afianzará la fortaleza de la empresa frente a la gestión. También se deberá realizar una actualización periódica de los análisis hechos para que la empresa cuente con la información necesaria para una reacción oportuna.

PALABRAS: Manual de Control Interno, Administración, Coso, Análisis de riesgos.

TITLE:

Proposal of Design an Internal Control Manual for a company dedicated to the distribution of Telecommunications Services located in the valleys of the Metropolitan District of Quito. Case: SILVERSMART

ABSTRACT:

SILVERSMART-Valle de los Chillos has a deficient structure in their daily activities, resulting in many errors and delays in the internal administrative procedures.

This document shown the design of an Internal Control Manual for all areas of the SILVERSMART-Valle de los Chillos distributor, this project was based in internal analysis and collection of internal information. It has been made an analysis based in the simulation of the implementation of manual, and an analysis of the risks that the company is exposed and its respective mitigation.

The purpose of this study is given to management a manual that can be the supported to take better internal activities in the distributor, allowing the procedures have certain parameters for their execution, and avoid failures or fraud in the procedures.

In conclusion, it is recommended to implementation the proposed manual because the company will have significant benefits and it will obtain strength in management. The internal manual should have updated periodically to react promptly.

WORDS: Internal Control Manual, Administration, Coso, Risk Analysis.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 ANTECEDENTES

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones Empresa Pública (CNT EP), fue creada el 14 de enero de 2010 en el Ecuador. Esta empresa estatal maneja los servicios de internet, telefonía fija local, regional e internacional, televisión satelital y telefonía móvil. Dentro de su historia la CNT EP ha pasado diferentes cambios hasta llegar a ser una empresa estatal.

En 1992 empieza una etapa de reestructuración en el Estado ecuatoriano, en el que también está considerado el sector de las telecomunicaciones; y es el 30 de julio del mismo año donde se decreta una ley especial de telecomunicaciones en que se preveía mantener los servicios básicos de telecomunicaciones en manos del Estado, para lo cual la empresa IETEL (Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones) es transformada en EMETEL (Empresa Estatal de Telecomunicaciones).

Posteriormente en el año de 1996 EMETEL se transforma en Sociedad Anónima, debido a una reforma en la ley de telecomunicaciones.

EMETEL S.A en septiembre de 1997 se divide en dos operadoras: ANDINATEL S.A y PACIFICTEL S.A; y el Estado seguiría administrando a estas compañías.

Las dos operadoras ANDINATEL S.A y PACIFICTEL S.A dentro de lo que ofrecía estaban la telefonía fija, pública, servicio de internet, servicios portadores y de valor agregado. ANDINATEL S.A cubría las provincias de la región sierra, la región del oriente y Esmeraldas; mientras que PACIFICTEL S.A se encargaba de las provincias de la región costa (a excepción de Esmeraldas) y la región insular.

La empresa ETAPA que es municipal se encuentra en la región Austral, región en la cual las dos operadoras ANDINATEL S.A y PACIFICTEL S.A no ingresan. Estas dos empresas con el objetivo de ofertar telefonía móvil e internet móvil crean ALEGRO PCS el 3 de abril de 2003.

Mediante escritura pública el 30 de octubre del 2008, se fusionan las empresas ANDINATEL S.A y PACIFICTEL S.A formando CNT S.A.

La empresa CNT S.A se convierte en entidad pública el 14 de enero de 2010, cambiando su nombre a CNT EP. Y en marzo del mismo año ALEGRO PCS es absorbida por CNT EP, debido a sus problemas financieros.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones ha implementado canales indirectos de ventas como las distribuidoras, que son agentes autorizados para comercializar y distribuir tanto bienes como servicios que establece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones Empresa Pública, que de aquí en adelante para fines de este trabajo se llamará CNT EP o Corporación Nacional de Telecomunicaciones Empresa Pública CNT EP.

Mediante escritura pública el 28 de marzo del 2008 es constituida la empresa SERVICONT CONSULTORES S.C. ante el notario primero de la provincia de Santo Domingo, cuyo registro mercantil es el N° 175 repertorio 1015, tomo 42 del registro de Comercio y Contratos Mercantiles el 26 de agosto del 2008. El nombre comercial de SERVOCONT CONSULTORES S.C. es SILVERSMART.

La Presidenta de la empresa es la Ing. María Fernanda Ludeña Espinosa y como Gerente General la persona encargada es el Sr. Fernando Ludeña Carrión. El número de RUC de la empresa SERVICONT CONSULTORES S.C. es 1792130123001 y para ejercer sus propósitos como Distribuidor de CNT EP tiene registrado en su RUC las siguientes actividades económicas:

- Venta al por mayor y menor de equipos y aparatos de comunicación incluido sus partes y piezas.
- Servicio de recargas de telefonía móvil.

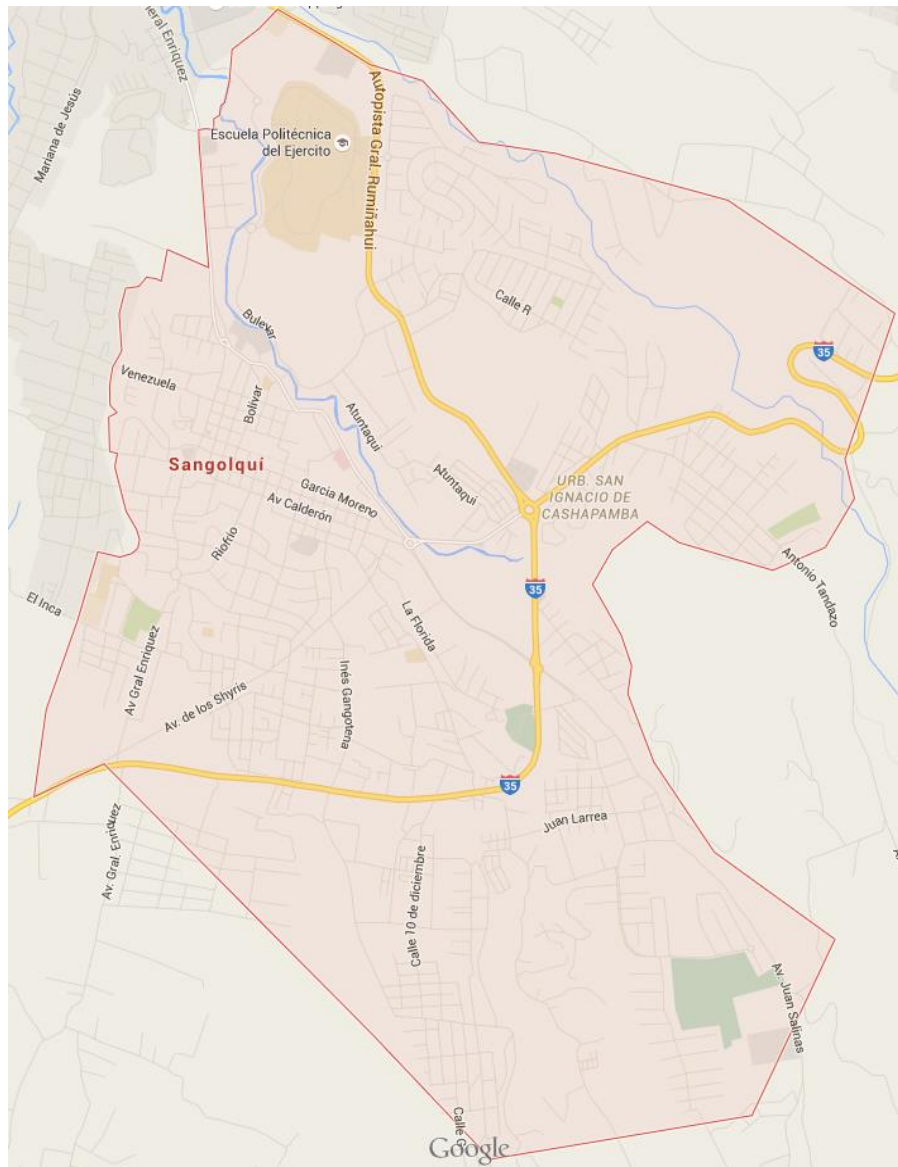
- Actividades comerciales a cargo de comisionistas.

La Empresa SERVICONT CONSULTORES S.C. con el nombre comercial SILVERSMART tiene la facultad de vender los servicios de telecomunicaciones que oferta la CNT EP a nivel nacional, por tal motivo se decidió abrir mercado en el sector de los valles del Distrito Metropolitano de Quito.

La distribuidora autorizada SilverSmart - Los Valles empezó sus actividades en los valles del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2015, la misma que está sujeta a los planes, promociones y características tanto de los bienes como de los servicios que la CNT EP comercializa. Se estableció como Gerente General a la Eco. Albina Elizabeth Yáñez Yáñez, La Distribuidora SilverSmart - Los Valles es la entidad sujeta al estudio que se desarrollará en el contenido de la presente tesis.

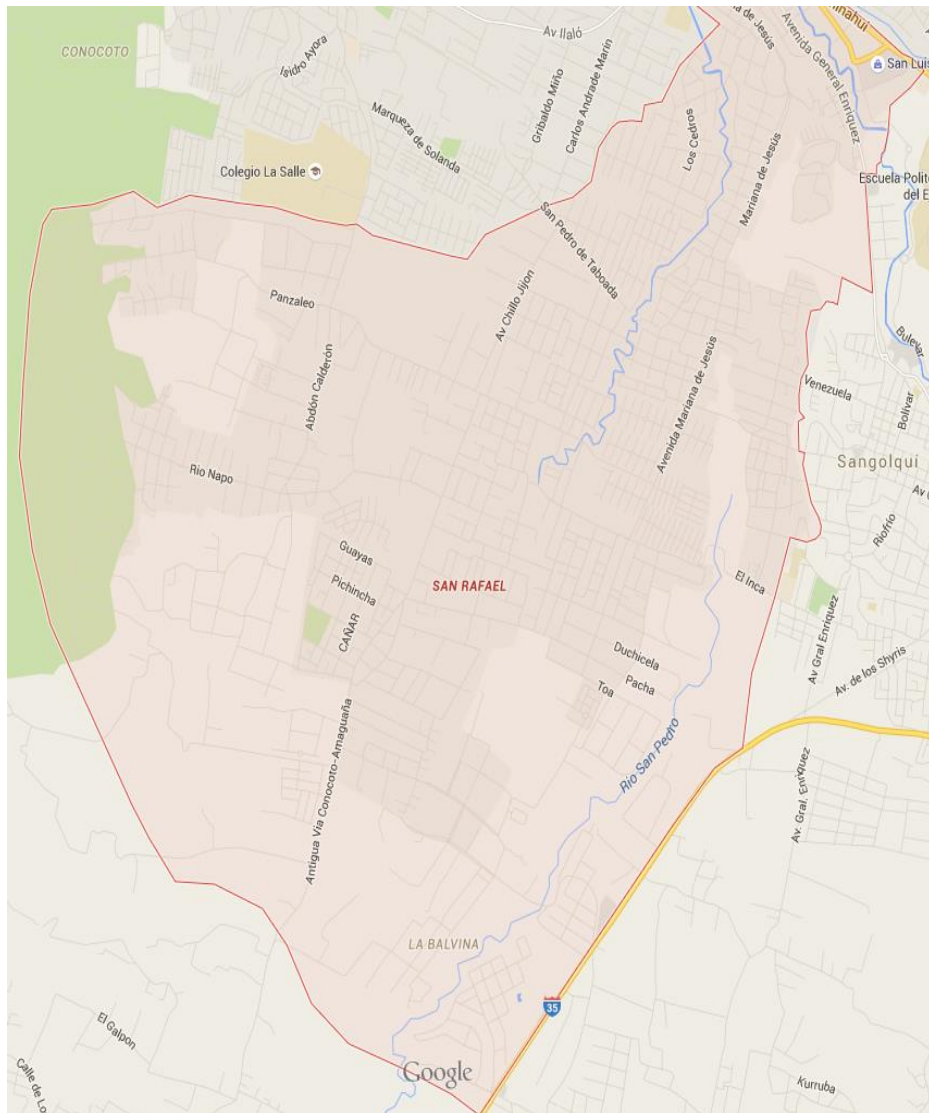
SilverSmart - Los Valles cuenta con una oficina central ubicada en el Valle de los Chillos en el sector del Triángulo (Av. Ilaló y General Rumiñahui), dentro de lo que ofrece está la venta de planes de televisión satelital, telefonía fija y móvil, internet fijo y móvil en todo el Ecuador. La estrategia que utiliza la distribuidora es enfocarse en los sectores de los Valles del Distrito Metropolitano de Quito; como son: Sangolquí, San Rafael, Cumbayá y Tumbaco.

Gráfico No.1 Mapa de la ciudad de Sangolquí



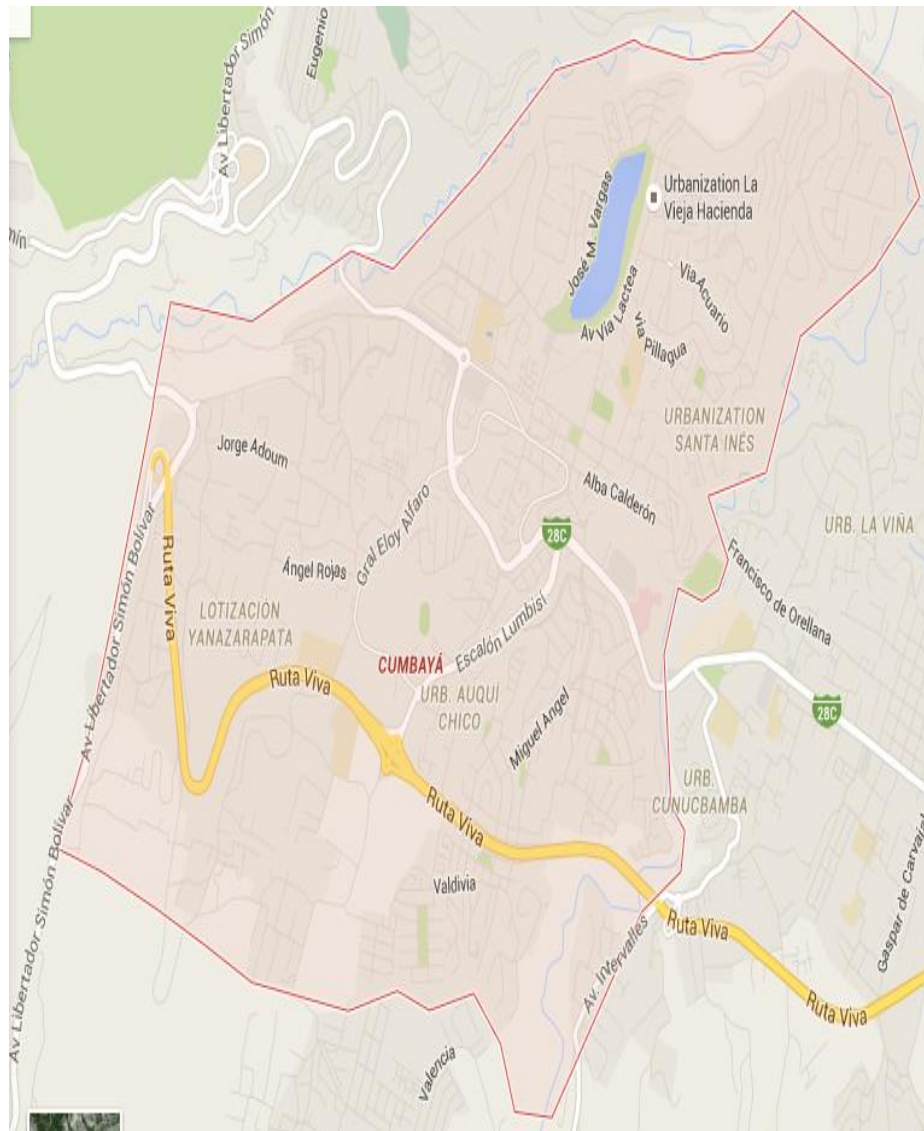
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Andrea Mancheno

Gráfico No.2 Mapa de la parroquia de San Rafael



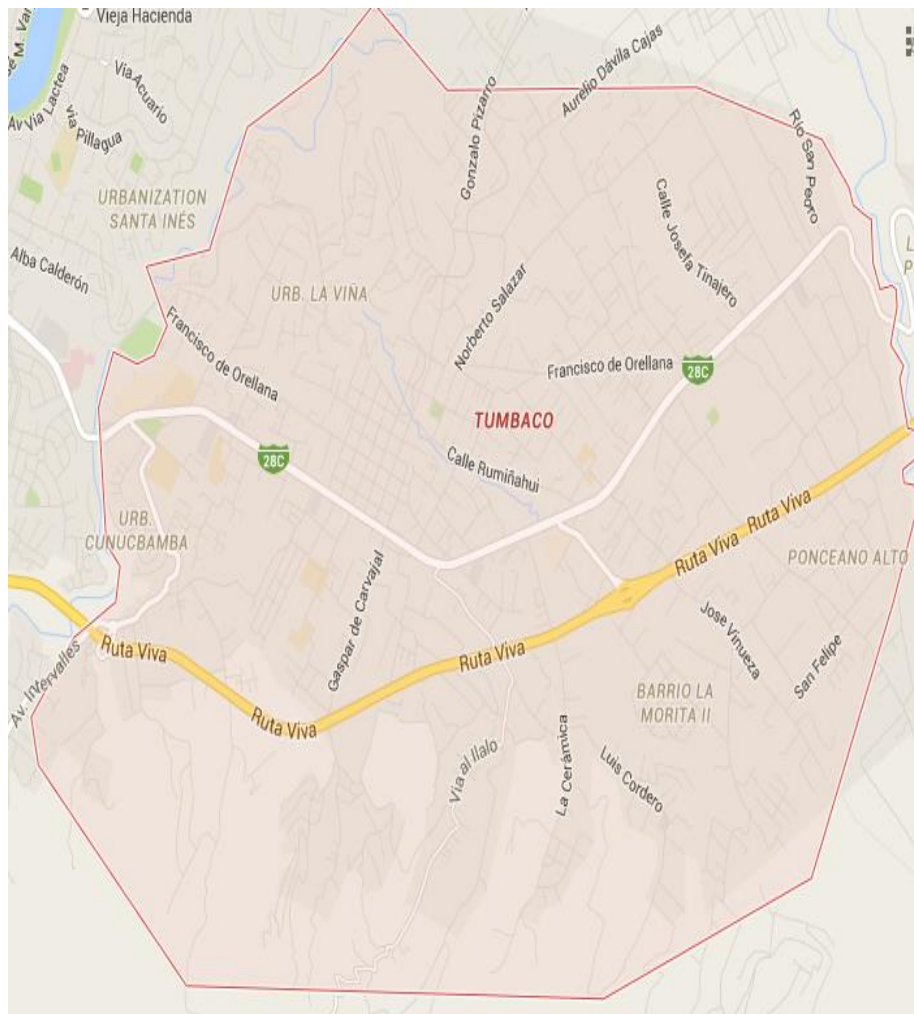
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Andrea Mancheno

Gráfico No.3 Mapa de la parroquia de Cumbayá



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Andrea Mancheno

Gráfico No.4 Mapa de la parroquia de Tumbaco



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Andrea Mancheno

La distribuidora SilverSmart se dedica específicamente a la comercialización de los productos y servicios de la CNT EP, lo que significa que no realiza recaudación, instalación y soporte técnico.

1.2 MISIÓN

Vender productos y servicios de telecomunicaciones ofrecidos por CNT EP, cumpliendo los estándares de calidad y comprometidos a una buena de atención al cliente.

1.3 VISIÓN

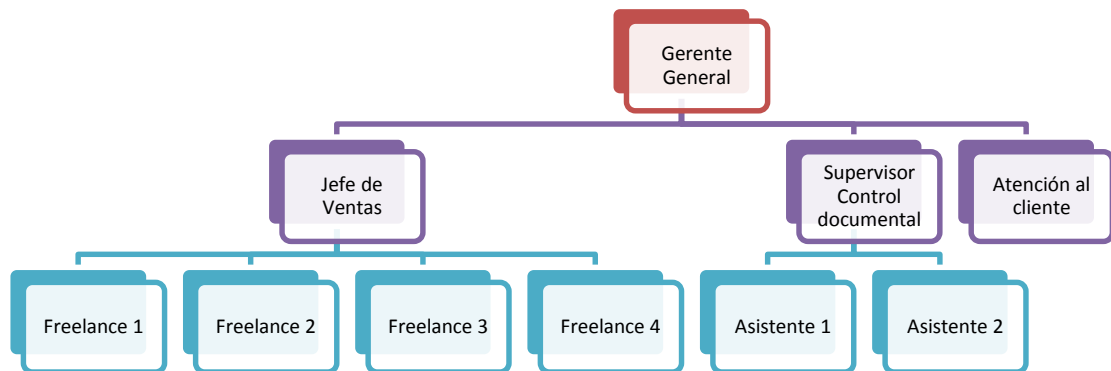
Ser la comercializadora líder en ventas de servicio de telecomunicaciones en Sangolquí, San Rafael, Cumbayá, Tumbaco, Pifo, Yaruqui, Pintag y el Quinche.

1.4 VALORES

- Trabajo en Equipo
- Integridad
- Compromiso
- Cumplimos con los objetivos empresariales
- Socialmente responsables

1.5 ORGANIGRAMA

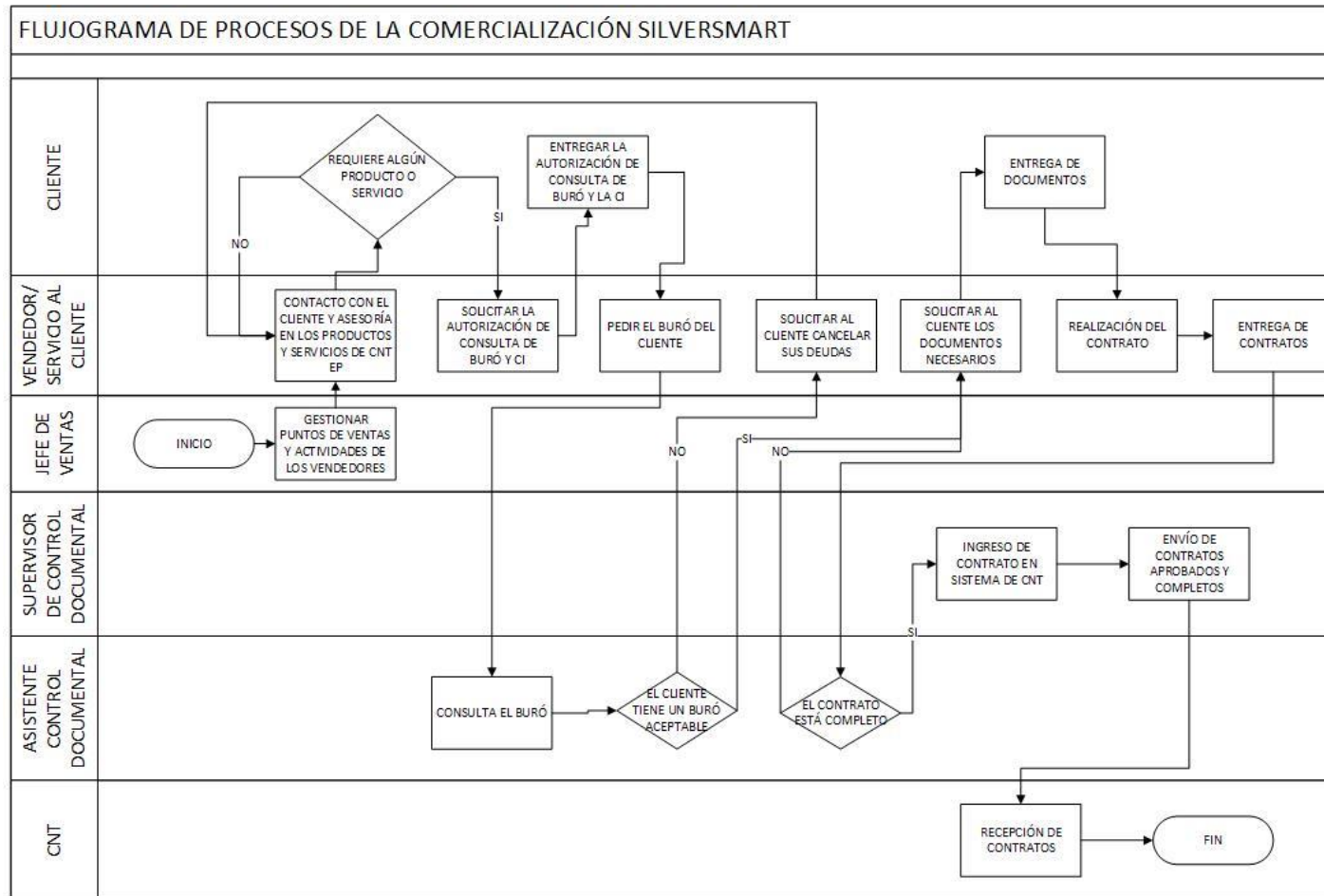
Gráfico No.5 Organigrama de la distribuidora SilverSmart – Valle de los Chillos



Fuente: SilverSmart Gerencia General - Valle de los Chillos
Elaborado por: Andrea Mancheno

1.6 DIAGRAMA DE PROCESOS

Gráfico No.6 Flujograma de procesos de la comercialización de la distribuidora SilverSmart – Valle de los Chillos



Fuente: SilverSmart Gerencia General – Valle de los Chillos

Elaborado por: Andrea Mancheno

2. DESCRIPCIÓN DE CONTROL INTERNO

2.1 NACIMIENTO DEL CONTROL INTERNO

El nacimiento del control interno surge después de la aparición de los libros de Contabilidad de partida doble en la edad media, siendo una medida de control para los negocios existentes.

Posteriormente en la revolución industrial los propietarios de los negocios se ven obligados a controlar las operaciones, las cuales eran manipuladas por varias personas ya que la magnitud de los trabajos era verdaderamente significativa. Pero no es hasta fines del siglo XIX que las personas que tenían sus negocios comienzan a establecer ya ciertos procedimientos para el control y protección de sus bienes, como consecuencia de un aumento de la producción.

Debido a la expansión de la producción los dueños de los negocios ya no logran atender personalmente todos los problemas que se suscitan, por lo que delegan a otras personas ciertas funciones, creando así también procedimientos de control con la finalidad de impedir que se cometan estafas o errores. Y es de esta manera que nace el control interno. (Naranjo Oñate, 2012)

Un ejemplo de estos errores típicos en la administración de una empresa es el Caso Enron. El caso Enron tuvo un gran problema en el 2001 cuando se reveló su situación económica, ellos utilizaban avanzadas técnicas de ingeniería financiera para modificar su realidad contable. Esta empresa basaba su vida institucional en varios delitos financieros que hacían que la compañía se siga viendo exitosa frente al resto de empresas y gobierno. Desde entonces se ha convertido en un símbolo de la corrupción y del fraude corporativo. (Vargas, 2010)

Tras los escándalos financieros como fueron el Caso Enron, Worldcom Inc. y Global Crossing Inc, se creó la denominada Ley Sarbanes Oxley o también conocida como el Acta de Reforma de la Contabilidad Pública de Empresas y de Protección al Inversionista, como una manera de devolver la confianza a los mercados.

La denominada ley Sarbanes Oxley, que toma los nombres de los senadores que la promovieron busca mejorar la entrega y calidad de la información financiera estableciendo una serie de regulaciones y drásticas medidas en torno a las malas prácticas corporativas o empresariales. Esta ley no solo ha generado un impacto en las empresas estadounidenses sino también ha tenido un impacto significativo en las grandes empresas de todo el mundo.

El Sarbanes Oxley Act implicaría una reforma trascendental que conllevaría efectos importantes para todo el mundo desarrollado e incluso para las economías en vías de desarrollo. En primer lugar, esta reforma incluye a todas aquellas compañías no estadounidenses cuyas acciones cotizan en ese país. Y en segundo lugar porque el enfoque que proponía (o propone) era la adopción de estas nuevas normas y prácticas para el resto del mundo, es decir, un intento para influenciar a los órganos de control de los distintos sectores económicos tanto reales, bursátil y financiero de muchas naciones a través del mundo.

El Sarbanes-Oxley Act requiere que las compañías archiven sus documentos con la Securities and Exchange Comisión (SEC) mucho más rápidamente, los medios para recoger y fijar los datos deben ser más transparentes, manteniendo (y en muchos casos aumentando) el volumen de la información, además de, probar sistemáticamente los procedimientos para fijar esta información de manera exacta y a la vez oportuna. (Chiple Cendegui, 2005, págs. 3-5)

Existen dos fuentes de distorsión financiera, en el cual puede verse afectado los estados financieros de una organización y de esta manera perjudicar a los usuarios de la información financiera, esos son: el fraude laboral y el fraude corporativo.

El fraude laboral es aquel que es efectuado por el personal que labora en las organizaciones, mientras que el fraude corporativo es efectuado por los directivos de la misma. Cabe señalar que el error es involuntario, mientras que el fraude es intencional.

2.1.1 Definición de Control Interno

Debido a que la definición del control interno es muy diversa, por lo tanto, aplicado de distintas formas, se consideró reunir los elementos comunes de distintas definiciones. Y de esta manera la que tuvo mayor éxito fue la definición que plantea COSO. El objetivo no es contar con una sola definición, sino es poder evitar malas interpretaciones. Control interno es “un proceso, ejecutado por la junta de directores, la administración principal y otro personal de la entidad, diseñado para proveer seguridad razonable en relación con el logro de los objetivos de la organización”. (COSO, 1992)

Es un elemento del control que se basa en procedimientos y métodos, adoptados por una organización de manera coordinada a fin de proteger sus recursos contra pérdida, fraude o ineficiencia; promover la exactitud y confiabilidad de informes contables y administrativos; apoyar y medir la eficacia y eficiencia de ésta, y medir la eficiencia de operación en todas las áreas funcionales de la organización. (Valencia, 2009, pág. 117)

El control interno es un proceso, ejecutado por el consejo de directores, la administración y otro personal de una entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable con miras a la consecución de objetivos en las siguientes categorías:

- Efectividad y eficiencia de las operaciones
- Confiabilidad de la información financiera
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 14).

El control interno es el proceso ejecutado por todos los niveles jerárquicos y el personal de una organización para asegurar en forma razonable la ejecución de sus operaciones en forma eficiente y efectiva, la confiabilidad de la información financiera y de gestión, la protección de los activos, y el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias. ((MICIL), 2009, pág. 9)

Para que un control interno se lleve a cabo es necesario que todos los miembros de la entidad se involucren con el proceso de implementación y seguimiento del control interno y que cada nivel de la organización sea responsable del mismo.

“El control interno sólo puede aportar un grado razonable de seguridad, no la seguridad total a la dirección de una empresa, ya que existen limitaciones que son inherentes a todos los sistemas de control interno”. (Eslava, 2011, pág. 20)

En resumen, el control interno se encuentra ligado a todas las operaciones, procedimientos, normas que rigen tanto en la gestión administrativa como financiera de una organización con el objetivo de brindar confiabilidad y de esta manera la compañía alcance sus objetivos.

2.2 CLASES DE CONTROL INTERNO

Los principales tipos de control interno son el Control Interno Contable y el Control Interno Administrativo.

2.2.1 Control Interno Contable

Se refiere básicamente a los procedimientos que se establecen con respecto a la actividad de contabilidad, tales como, clasificador de cuentas y contenido de las mismas, estados financieros, registros y submayores, documentos para captar la información, etc. El control interno contable comprende la preparación de los estados contables y financieros, a la existencia de los principios contables, y además que se dé el adecuado cumplimiento de la normativa que se encuentre vigente. (Guzmán & Pintado, 2012, pág. 37)

2.2.2 Control Interno Administrativo

Existe un solo sistema de control interno, el administrativo, que es el plan de organización que adopta cada empresa, con sus correspondientes procedimientos y métodos operacionales y contables, para ayudar, mediante el establecimiento de un medio adecuado, al logro de un objetivo administrativo de:

- Mantener informado de la situación de la empresa
- Coordinar sus funciones;
- Asegurarse de que se están logrando los objetivos establecidos
- Mantener una ejecutoría eficiente
- Determinar si la empresa está operando conforme a las políticas establecidas (Estupiñan, 2006, pág. 7)

2.2.3 Otros Tipos de Control Interno

- **Control Interno Preventivo:** Su objeto es eliminar las desviaciones antes de que estas se presenten. Con este fin, los administradores impulsan la creación de políticas, reglas y procedimientos que permitan eliminar aquellos comportamientos significativos que han sido identificados como causantes potenciales de situaciones negativas.
- **Control Interno Concurrente:** Este control se realiza a medida que se están ejecutando las labores inherentes de un trabajo específico. Tradicionalmente está relacionado con el empleo humano, rendimiento de equipo y con ello la aparición de los departamentos. Su objetivo es asegurar durante la marcha, que los planes se estén cumpliendo a cabalidad y de esta manera, estar prestos a impedir errores que impidan el desarrollo de los planes.
- **Control Interno Posterior:** Algunos denominan también control de retroalimentación dado que su objetivo es obtener información después de que el personal ha trabajado en la realización de una determinada labor. Con él, se pretende tomar aquellas medidas correctivas que son necesarias una vez que se ha contemplado el comportamiento de la organización o de una de sus unidades durante un periodo específico. El Post-Control puede basarse en el comportamiento de uno o varios factores con el fin de comparar el rendimiento real de la organización con el rendimiento planeado y tomar cualquier medida correctiva que asegure que los dos rendimientos sean equivalentes. (Concha & Marín , 2005, pág. 18)

2.3 OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO

Siendo los objetivos una parte fundamental en el proceso administrativo, es importante conocer acerca de ellos con la finalidad de que la administración pueda identificar los riesgos para tomar las acciones o decisiones necesarias para que de esta manera exista un mejor desempeño en todas las entidades.

Existen 3 categorías de objetivos:

- Los primeros son objetivos de operaciones, los cuales se encuentran relacionados fundamentalmente con la razón de ser de la empresa.

“La primera categoría se dirige a los objetivos empresariales básicos de una entidad, incluyendo los objetivos de rendimiento, de rentabilidad, y la salvaguarda de los recursos”. (Eslava, 2011, pág. 20)

- A la segunda categoría se la conoce como objetivos de información financiera, estos objetivos están enfocados a preparar y publicar estados financieros confiables.

Esta categoría “está relacionada con la elaboración y publicación de estados contables confiables, incluyendo estados intermedios y abreviados, así como la información financiera extraída de dichos estados, como por ejemplo las comunicaciones sobre resultados, que sean publicados”. (Eslava, 2011, pág. 20)

Las organizaciones para poder preparar y a su vez presentar los estados financieros con toda la información pertinente deben necesariamente aseverar lo que están mostrando de esta manera:

Existencia o efectividad. Que los informes representen transacciones y las operaciones reales y que efectivamente ocurrieron en el periodo al cual corresponden los informes.

Totalidad o integridad. Que los reportes incluyan todas las operaciones y transacciones que debieron ser reconocidas y estén registradas en los sistemas e incluidas en los informes de resultados.

Derechos y Obligaciones. Que los derechos y las obligaciones conocidos a la fecha de corte y presentación de los informes se han incluido íntegramente.

Valoración o asignación. Que los importes generados por las operaciones y transacciones de la organización hayan sido registrados e informados conforme los métodos adoptados y las disposiciones legales, reglamentarias y contractuales

aplicables. Además, que las valoraciones son matemáticamente exactas en su importe y están adecuadamente soportadas, registradas y resumidas en los registros y archivos de la organización.

Presentación y desglose. Que la información incluida en los informes financieros y de gestión esté adecuadamente agrupada, clasificada y descrita. ((MICIL), 2009, págs. 44 - 45)

- A la tercera categoría se le conoce como objetivos de cumplimiento, en el “cual las leyes y regulaciones establecen los niveles mínimos de comportamiento los cuales son integrados por la entidad en su cumplimiento de objetivos”. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 43)

“La tercera concierne al cumplimiento de aquellas leyes y normas a las que está sujeta la entidad. Estas distintas, pero en parte coincidentes categorías, tratan diferentes necesidades y permiten un enfoque dirigido hacia la satisfacción de necesidades individuales”. (Eslava, 2011, pág. 20)

Existen varios objetivos del control interno, pero dentro de los más fundamentales podemos encontrar a estos objetivos divididos en tres categorías anteriormente mencionadas.

2.3.1 Objetivos del Control Interno Contable

- Que todas las operaciones se registren oportunamente, por el importe correcto; en las cuentas apropiadas, y, en el período contable en que se lleva a cabo, con el objeto de permitir la preparación de estados financieros y mantener el control contable de los activos.
- Que todo lo contabilizado exista y que lo que existe esté contabilizado, investigando cualquier diferencia para adoptar la consecuente y apropiada acción correctiva.
- Que las operaciones se realicen de acuerdo con autorizaciones generales y específicas de la administración.
- Que el acceso de los activos se permita sólo de acuerdo con autorización administrativa. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 14)

2.3.2 Objetivos del Control Interno Administrativo

- Mantener informado de la situación de la empresa.
- Coordinar sus funciones.
- Asegurarse de que se están logrando los objetivos establecidos.
- Mantener una ejecución eficiente.
- Determinar si la empresa está operando conforme a las políticas establecidas. (Leonard, 1990, pág. 101)

2.4 IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO

Debido a que cada vez la organización estructural de las empresas se ha tornado compleja y extensa se ha necesitado la implementación de un control de todos sus procedimientos internos. Un adecuado control interno es de suma importancia en todas

las empresas, ya que mediante este se podrán evitar riesgos, errores, fraudes y se podrán resguardar todos los bienes con los que cuente la compañía.

Toda empresa debe tener en cuenta que, para tener una adecuada operación, se debe contar con un sistema de control interno. El tamaño de la empresa no es un factor que se deberá tomar en cuenta al momento de querer implementar un sistema de control interno, ya que es de igual importancia tanto para empresas pequeñas, medianas y grandes.

“Los controles internos se implantan para mantener la compañía en la dirección de sus objetivos de rentabilidad y en la consecución de su misión, así como minimizar las sorpresas en el camino”. (Mantilla B, Auditoría del control interno, 2013, pág. 69)

La implementación de controles internos en una organización es de gran ayuda, ya que de esta manera se consigue reducir ciertos riesgos en cuanto a la pérdida de activos, el aprovechamiento de recursos, así como lograr la confiabilidad de los estados financieros y poder verificar si las normas, leyes se cumplen.

2.5 ELEMENTOS DEL CONTROL INTERNO

Con la finalidad de medir el control interno y poder establecer su efectividad existe un conjunto de normas que se utilizan para conseguir este resultado, que se denominan componentes del control interno.

Existen 5 componentes del control interno según el Informe COSO en 1992 (Committee of Sponsoring Organizations), relacionados entre sí, los cuales son:

- Entorno de control,
- Evaluación de riesgos,
- Actividades de control,
- Sistemas de información y comunicación; y,
- Supervisión o monitoreo

Gráfico No.7 Componentes del Control Interno



Fuente: COSO - Control Interno –Marco Integrado
Resumen Ejecutivo
Elaborado por: Andrea Mancheno

El control interno, no consiste en un proceso secuencial, en donde alguno de los componentes afecta sólo al siguiente, sino en un proceso multidireccional repetitivo y permanente, en el cual más de un componente influye en los otros y conforman un sistema integrado que reacciona dinámicamente a las condiciones cambiantes. (Estupiñan, 2006, pág. 26)

En año de 1999 en Puerto Rico se dio una conferencia Interamericana de Contabilidad, en la cual en base a las realidades de la región se recomendó un Marco Latinoamericano de Control muy similar al COSO en español, por lo que aparece el MICIL (Marco Integrado de Control Interno Latinoamericano). Con los siguientes componentes:

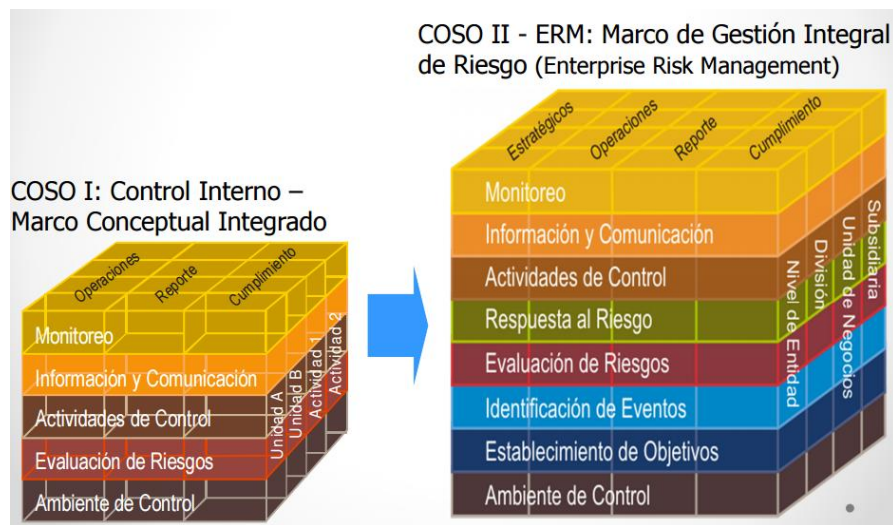
- a. Ambiente de control y trabajo,
- b. Evaluación de riesgos,
- c. Actividades de control,
- d. Información y comunicación; y,
- e. Supervisión o monitoreo.

En el año 2004 se expuso un segundo informe COSO, conocido como COSO II o COSO ERM (Enterprise Risk Management), donde en esta nueva propuesta uno de los aspectos más notables frente a los anteriores COSO Y MICIL, es que se agrega tres componentes, los cuales se detallan a continuación:

- a. Establecimiento de objetivos,
- b. Identificación de eventos; y,
- c. Respuesta a los riesgos

“Si los ocho componentes actúan de manera integrada, como valor agregado se obtendrá eficiencia y eficacia en el control de la entidad”. (Segovia Villavicencio, 2011)

Gráfico No.8 Evolución del Modelo



Fuente: Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE)

Elaborado por: Garzón Cevallos María Gabriela, Sangolquí - Ecuador, 2012

A continuación, se presenta una comparación de los componentes de control interno según COSO II, COSO y MICIL:

Tabla N° 1 Componentes de Control Interno por distintas clasificaciones

COSO II	COSO	MICIL
Ambiente Interno	Entorno o Ambiente de Control	Ambiente de Control y Trabajo
Establecimiento de Objetivos	Ninguno	Ninguno
Identificación de Objetivos	Ninguno	Ninguno
Evaluación de Riesgos	Evaluación de Riesgos	Evaluación de Riesgos
Respuesta a los Riesgos	Ninguno	Ninguno
Actividades de Control	Actividades de Control	Actividades de Control
Información y Comunicación	Información y Comunicación	Información y Comunicación
Supervisión	Supervisión	Supervisión

Fuente: Auditoria de Gestión al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Elaborado por: Ordoñez Quezada Ana Paula, Cuenca-Ecuador 2011.

En mayo de 2013 el Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Comission (COSO) emite una versión renovada del Marco propuesto e implementado por más de 20 años (COSO I) al denominado actualmente COSO III. Este cambio se da teniendo en cuenta las exigencias del ambiente de negocios y la parte operativa actual.

La actualización que dio como resultado el COSO 2013 se basó en la revisión de los objetivos de control interno, para incorporar los cambios en el ambiente de negocios y operativo, articular y formalizar los principios asociados a los componentes de control interno (ya existentes implícitamente) y ampliar la aplicación del sistema de control interno. (PricewaterhouseCoopers, 2014, pág. 2)

Gráfico No.9 Coso III



Fuente: COSO - Control Interno –Marco Integrado Resumen Ejecutivo
Elaborado por: Andrea Mancheno

Los objetivos de la actualización que con lleva el COSO III son: aclarar los requerimientos del control interno, actualizar el contexto de la aplicación del control interno a muchos cambios en las empresas y ambientes operativos, y ampliar su aplicación al expandir los objetivos operativos y de emisión de informes. (Auditool, s.f., pág. 1)

Esta versión permitirá que las empresas desarrollen y mantengan efectiva y eficientemente sistemas de control interno que ayuden en el proceso de adaptación a los cambios, cumplimiento de los objetivos de la empresa, mitigación de los riesgos a un nivel aceptable, y apoyo a la toma de decisiones y al gobierno. (Auditool, s.f., pág. 2)

Gráfico No.10 Objetivos revisados y mejoras COSO 1992-2013



Fuente: Punto de Vista - PwC México

Elaborado por: Andrea Mancheno

COSO 2013 toma la esencia del COSO 1992 y enfatiza que los cinco componentes de COSO deben estar presentes (diseñados) y funcionando (ser efectivos) conjuntamente de manera integrada. Además, se formalizan 17 principios relevantes que ya estaban implícitos en un sistema con control interno efectivo. (PricewaterhouseCoopers, 2014, pág. 3)

Tabla No.2 Principios del COSO II

Ambiente de Control	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demuestra compromiso con la integridad y los valores éticos 2. Ejerce responsabilidad de supervisión 3. Establece estructura, autoridad y responsabilidad 4. Demuestra compromiso para la competencia 5. Fortalece la medición de resultados
Evaluación del Riesgo	<ol style="list-style-type: none"> 6. Especifica objetivos adecuados 7. Identifica y analiza los riesgos 8. Evalúa el riesgo de fraude 9. Identifica y analiza cambios significativos
Actividades de control	<ol style="list-style-type: none"> 10. Selecciona y desarrolla actividades de control 11. Selecciona y desarrolla controles generales de tecnología 12. Implementa a través de políticas y procedimientos
Información y Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 13. Utiliza información relevante 14. Comunica internamente 15. Comunica externamente
Actividades de Monitoreo	<ol style="list-style-type: none"> 16. Lleva a cabo evaluaciones permanentes y / o separadas 17. Evalúa y comunica las deficiencias

Fuente: COSO 2013- Marco Integrado Referencial – PwC Colombia

Elaborado por: Andrea Mancheno

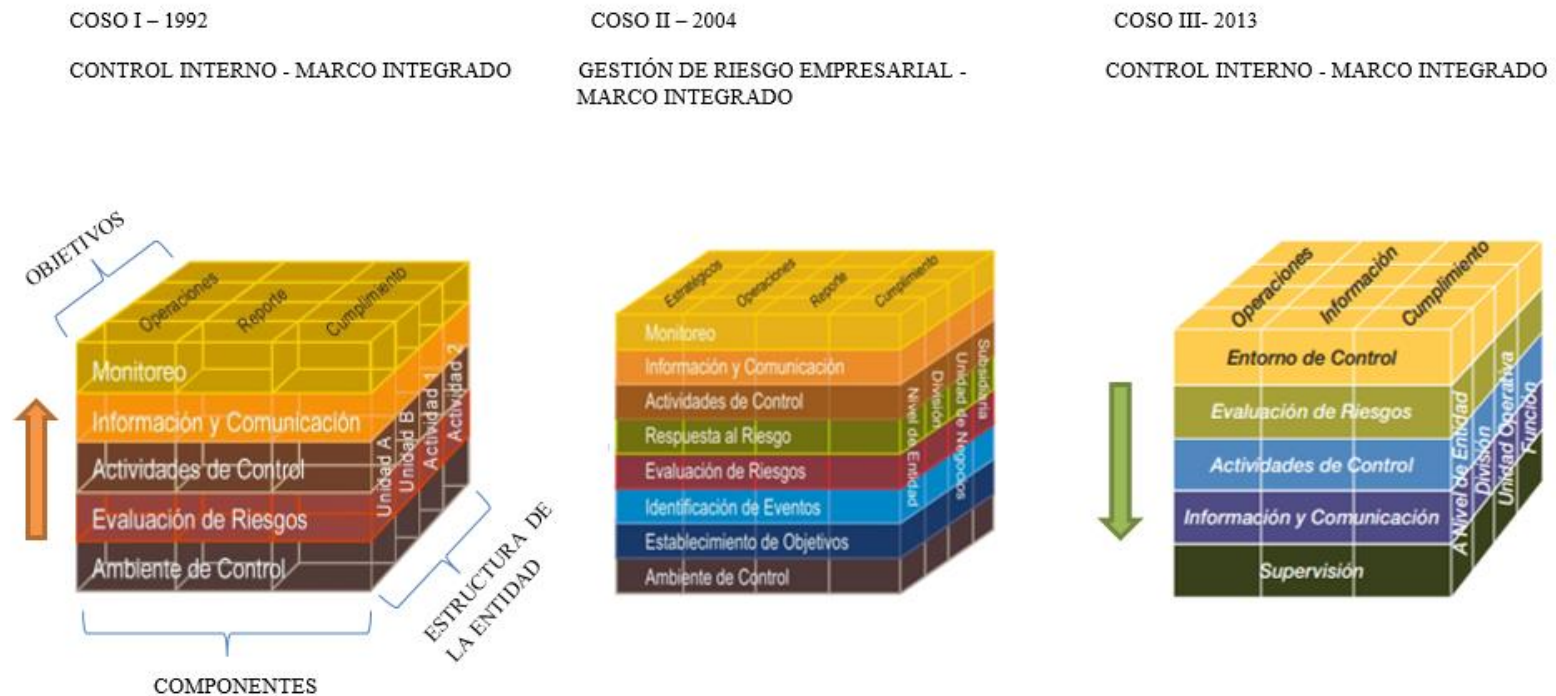
Tabla No.3 Cambios Representativos a nivel global y en cada componente del COSO

COSO I - 1992	COSO III - 2013
Se mantiene:	Cambia:
•Definición del concepto de Control Interno	•Ampliación y aclaración de conceptos con el objetivo de abarcar las actuales condiciones del mercado y la economía global
•Cinco componentes del control interno	•Codificación de principios y puntos de enfoque con aplicación internacional para el desarrollo y evaluación de la eficacia del Sistema de Control Interno
•Criterios a utilizar en el proceso de evaluación de la eficacia del Sistema de Control Interno	•Aclaración de la necesidad de establecer objetivos de negocio como condición previa a los objetivos de control interno
•Uso del Juicio profesional para la evaluación de la eficacia del Sistema de Control Interno	•Extensión de los objetivos de reporte más allá de los informes financieros externos, a los de carácter interno y a los no financieros tanto externos como internos
	•Inclusión de una guía orientadora para facilitar la supervisión del Control Interno sobre las operaciones, el cumplimiento y los objetivos de reporte

COMPONENTES	CAMBIOS REPRESENTATIVOS
Ambiente de Control	<ul style="list-style-type: none"> •Se recogen en cinco principios la relevancia de la integridad y los valores éticos, la importancia de la filosofía de la administración y su manera de operar, la necesidad de una estructura organizativa, la adecuada asignación de responsabilidades y la importancia de las políticas de recursos humanos •Se explican las relaciones entre los componentes del Control Interno para destacar la importancia del Entorno de Control •Se amplía la información sobre el Gobierno Corporativo de la organización, reconociendo diferencias en las estructuras, requisitos, y retos a lo largo de diferentes jurisdicciones, sectores y tipos de entidades • Se enfatiza la supervisión del riesgo y la relación entre el riesgo y la respuesta al mismo
Evaluación de Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> •Se amplía la categoría de objetivos de Reporte, considerando todas las tipologías de reporte internos y externos • Se aclara que la evaluación de riesgos incluye la identificación, análisis y respuesta a los riesgos •Se incluyen los conceptos de velocidad y persistencia de los riesgos como criterios para evaluar la criticidad de los mismos •Se considera la tolerancia al riesgo en la evaluación de los niveles aceptables de riesgo •Se considera el riesgo asociado a las fusiones, adquisiciones y externalizaciones •Se amplía la consideración del riesgo al fraude
Actividades de Control	<ul style="list-style-type: none"> •Se indica que las actividades de control son acciones establecidas por políticas y procedimientos •Se considera el rápido cambio y evolución de la tecnología •Se enfatiza la diferenciación entre controles automáticos y Controles Generales de Tecnología
Información y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> •Se enfatiza la relevancia de la calidad de información dentro del Sistema de Control Interno •Se profundiza en la necesidad de información y comunicación entre la entidad y terceras partes •Se enfatiza el impacto de los requisitos regulatorios sobre la seguridad y protección de la información •Se refleja el impacto que tiene la tecnología y otros mecanismos de comunicación en la rapidez y calidad del flujo de información
Actividades de Supervisión y Monitoreo	<ul style="list-style-type: none"> •Se clarifica la terminología definiendo dos categorías de actividades de monitoreo: evaluaciones continuas y evaluaciones independientes •Se profundiza en la relevancia del uso de la tecnología y los proveedores de servicios externos

Fuente: Auditoool Modelo COSO III - Marco Integrado de Control Interno
Elaborado por: Andrea Mancheno

Grafico No.11 Evolución del Modelo COSO



Fuente: Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE) - COSO - Control Interno –Marco Integrado Resumen Ejecutivo
Elaborado por: Andrea Mancheno

2.5.1 Entorno de control

También conocido como ambiente de control, es el conjunto de circunstancias y conductas que enmarcan el accionar de una entidad desde la perspectiva del control interno. Es, por tanto y fundamentalmente, consecuencia de la actitud asumida por la alta dirección, la gerencia, y por carácter reflejo el resto de los empleados, con relación a la importancia del control interno y su incidencia sobre las actividades y resultados.

El entorno de control es la base de todo sistema de control interno. Determina las pautas de comportamiento en la organización e influye en el nivel de concienciación del personal respecto al control. (Eslava, 2011, pág. 23)

“Dentro de este ambiente, la administración valora los riesgos para la consecución de los objetivos específicos” (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 19)

El ambiente de control contiene distintos factores como:

- Integridad y valores éticos
- Competencia profesional
- Atmósfera de confianza mutua
- Filosofía y estilo de dirección
- Estructura, plan organizacional, reglamentos y manuales de procedimientos.
- Delegación de autoridad y asignación de responsabilidades.
- Políticas y prácticas en materia de Recursos Humanos
- Consejo de Administración, comité de auditoría , etc. (Eslava, 2011, pág. 23)

2.5.1.1 Establecimiento de objetivos

Los objetivos deben establecerse con anterioridad a que la dirección identifique los posibles acontecimientos que impidan su consecución.

Deben estar alineados con la estrategia de la compañía, dentro del contexto de la misión y visión establecidas. (Avella Rubio, 2006)

Es a partir de los objetivos que se facilita la gestión de los riesgos empresariales mediante la identificación de los eventos externos e internos; la evaluación de los riesgos; la respuesta a los riesgos; y, el diseño de actividades de control. (Wesberry, 2004, pág. 31)

2.5.1.2 Identificación de eventos

Debido a que existe en el medio gran incertidumbre se debe tomar en cuenta tanto aspectos internos como externos que pueden afectar a que las compañías consigan sus objetivos planteados.

Estos aspectos deben ser claramente identificados y diferenciados como oportunidades o riesgos.

Al identificar eventos, la dirección reconoce que existen incertidumbres, por lo que no sabe si alguno en particular tendrá lugar y, de tenerlo, cuándo será, ni su impacto exacto. La dirección considera inicialmente una gama de eventos potenciales, derivados de fuentes internas o externas, sin tener que centrarse necesariamente sobre si su impacto es positivo o negativo.

Los eventos abarcan desde lo evidente a lo desconocido y sus efectos, desde lo que no trae mayores consecuencias a lo muy significativo.

Este componente será tratado con los siguientes elementos:

- Factores internos y externos
- Identificación de eventos
- Categorías de eventos (Wesberry, 2004, pág. 40)

2.5.2 Evaluación de riesgos

Conocida también como valoración de riesgos, es la identificación y análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, formando una base para la determinación de cómo deben administrarse los riesgos. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 39)

La evaluación que se realice debe ser de una manera constante para que de esta manera se puedan mejorar los procesos permanentemente.

Para poder establecer el efecto que determinados acontecimientos pueden tener en la consecución de los objetivos impuestos por la dirección, es necesario evaluarlos desde la doble perspectiva de su impacto económico y de la probabilidad de ocurrencia de los mismos. Para ello es necesaria una adecuada combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas. La evaluación de riesgos se centrará inicialmente en el riesgo inherente (riesgo existente antes de establecer mecanismos para su mitigación), y posteriormente en el riesgo residual (riesgo existente tras el establecimiento de medidas de control). (Avella Rubio, 2006, pág. 23)

Los factores que integran a este componente son:

- Estimación de probabilidad e impacto
- Evaluación de riesgos
- Riesgos originados por los cambios (Segovia Villavicencio, 2011)

2.5.3 Respuesta a los riesgos

La dirección debe evaluar la respuesta al riesgo de la compañía en función de cuatro categorías: evitar, reducir, compartir y aceptar. Una vez establecida la respuesta al riesgo más adecuada para cada situación, se deberá efectuar una reevaluación del riesgo residual. (Avella Rubio, 2006, pág. 23)

2.5.4 Actividades de control

Las actividades de control son las políticas y los procedimientos que ayudan a asegurar que las directivas administrativas se lleven a cabo. Ayudan a asegurar que se tomen las acciones necesarias para orientar los riesgos hacia la consecución de los objetivos de la entidad. Las actividades de control se dan en toda la organización, en todos los niveles y en todas las funciones. (Mantilla B, Auditoría del control interno, 2013, pág. 73)

Las actividades de control pueden dividirse en tres categorías, basadas en la naturaleza de los objetivos de la entidad con los cuales se relaciona: operaciones, información financiera, o cumplimiento. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 59)

2.5.4.1 Tipos de actividades del control

Dentro de las principales se encuentran las siguientes:

Revisiones de alto nivel. - las revisiones se realizan sobre el desempeño actual frente a los presupuestos, pronósticos, periodos anteriores y competidores.

Funciones directas o actividades administrativas. - los administradores dirigen las funciones o las actividades revisando informes de desempeño.

Procesamiento de información. - Se implementa una variedad de controles para verificar que estén completos y autorización de las transacciones. Los datos que ingresan están sujetos a chequeos o a cotejarse con los archivos de control.

Controles físicos. - Equipos, inventarios, valores y otros activos se aseguran físicamente en forma periódica son contados y comparados con las cantidades presentadas en los registros de control.

Indicadores de desempeño. - Relacionar unos con otros los diferentes conjuntos de datos-operacionales o financieros -, además de analizar las interrelaciones e investigar y corregir las acciones, sirven como actividades de control.

Segregación de responsabilidades. - Las responsabilidades se dividen, o segregan, entre diferentes empleados para reducir el riesgo de error o de acciones inapropiadas. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, págs. 60-62)

2.5.5 Información y comunicación

Es de suma importancia poder contar con información veraz, adecuada y oportuna para poder tomar decisiones dentro de una organización; así también el tener una buena comunicación permitirá que todos en la compañía cuenten con un excelente ambiente laboral y de esta manera poder detectar posibles problemas a tiempo.

“La información se requiere en todos los niveles de una organización para operar el negocio y moverlo hacia la consecución de los objetivos de la entidad en todas las categorías, operaciones, información financiera y cumplimiento”. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 71)

La información es identificada, capturada, procesada y reportada mediante sistemas de información. El concepto de los sistemas de información es manejado de una manera más amplia al aplicar en el control interno, no se lo usa solamente para el procesamiento de datos internos y actividades

operativas internas. Los sistemas de información también se relacionan con información sobre eventos, actividades y condiciones externas.

Los sistemas de información operan algunas veces en un modo de monitoreo, realizando captura rutinaria de datos específicos. En otros casos, se realizan acciones especiales para obtener la información requerida. (Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 72)

“Los sistemas de información pueden ser formales o informales. Deben cambiar de acuerdo con las necesidades para apoyar los nuevos objetivos de la entidad”.

(Mantilla B, Control Interno Informe COSO, 2005, pág. 73)

Para conseguir que ERM funcione de manera efectiva es necesario un adecuado tratamiento de los datos actuales e históricos, lo que implica la necesidad de unos sistemas de información adecuados.

Por su parte la información es la base de la comunicación que implica una adecuada filosofía de gestión integral de riesgos. (Avella Rubio, 2006, pág. 23)

En cuanto a la comunicación es un aspecto realmente relevante dentro de una organización, ya que permite que el trabajo en equipo se maneje de manera más eficiente, así también ayuda a que el ambiente laboral sea más propicio y armonioso.

El constante uso de la comunicación dentro de una organización, ayuda a la coordinación de actividades entre las personas que participan dentro de la misma, logrando de esta manera es más factible el alcance de objetivos.

La comunicación efectiva también debe garantizarse con el público externo de la organización como proveedores, clientes, entre otros actores, ya que ellos también son indispensables para el desarrollo y subsistencia de la compañía.

2.5.6 Supervisión o monitoreo

Resulta necesario realizar una supervisión de los sistemas de control interno, evaluando la calidad de su rendimiento. Dicho seguimiento tomará la forma de actividades de supervisión continua, de evaluaciones periódicas o una combinación de las anteriores. La supervisión continua se inscribe en el marco de las actividades corrientes y comprende unos controles regulares efectuados por la dirección, así como determinadas tareas que realiza el personal en el cumplimiento de sus funciones. El alcance y la frecuencia de las evaluaciones puntuales se determinarán principalmente en función de una evaluación de riesgos y de la eficacia de los procedimientos de supervisión continua.

Las deficiencias en el sistema de control interno, en su caso, deberán ser puestas en conocimiento de la gerencia y los asuntos de importancia serán comunicados al primer nivel directivo y al consejo de administración. (Wesberry, 2004, pág. 70)

La metodología ERM debe ser monitorizada, para asegurar su correcto funcionamiento y la calidad de sus resultados a lo largo del tiempo. El modo en que esta supervisión se lleve a cabo dependerá fundamentalmente de la complejidad y del tamaño de la organización (Avella Rubio, 2006, pág. 23)

2.6 CONTROL DE LOS RECURSOS Y LOS RIESGOS- ECUADOR (CORRE)

En el Ecuador es mediante el CORRE (Control de los recursos y los riesgos- Ecuador) que las empresas, diferentes instituciones públicas y personas en general cuentan con un marco de referencia para que apliquen en sus actividades o en la elaboración de marcos específicos de control de recursos y riesgos.

El Proyecto Anticorrupción ¡Si Se Puede!, que cuenta con el financiamiento de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), cuyo principal objetivo es apoyar al Ecuador en la lucha contra la corrupción, impulsó la elaboración del estudio: **CONTROL DE LOS RECURSOS Y LOS RIESGOS- ECUADOR (CORRE)**, porque considera que es el medio más eficaz para prevenir o identificar oportunamente errores o irregularidades. Para elaborar CORRE, se tomó como técnica, los dos estudios realizados por el **Committee of Sponsoring Organizations**: Informe COSO emitido en 1992; y; la Gestión de Riesgos Corporativos-Marco Integrado emitido en 2004. Además de los dos estudios referidos, se consideró como fundamento el Marco Integrado de Control Interno Latinoamericano conocido como MICIL, elaborado en el año 2004, por el ecuatoriano Edison Estrella con el auspicio del Proyecto Responsabilidad/ Anticorrupción en las Américas. (Wesberry, 2004, pág. 2)

El CORRE toma como base los tres informes enunciados; sin embargo, su presentación se fundamenta en COSO II, porque incluye a los dos anteriores COSO Y MICIL. Además, procura que su adaptación a la realidad ecuatoriana y la simplificación de los contenidos, facilite su comprensión y aplicación. (Wesberry, 2004, pág. 13)

En el estudio CORRE se señalan tanto conceptos del control interno como sus ocho componentes, los mismos que son formulados en una estructura clara y fácil de entender.

2.7 MANUAL DE CONTROL INTERNO

2.7.1 Definición

“Es un documento que contiene en forma ordenada y sistematizada, las instrucciones e información sobre políticas, funciones, sistemas, procedimientos

y actividades de la entidad”. (Guzmán & Pintado, 2012, pág. 43). El manual de control se encuentra estrechamente ligado con el manual de procedimientos que cada empresa aprueba.

2.7.2 Manual de procedimientos

También llamado manual de operación, es donde de una manera clara y concisa se describen todos los pasos, instrucciones o procedimientos que son necesarios para llevar a cabo cada una de las actividades o funciones que se realizan en la empresa.

El llevar un manual de procedimientos es importante para las empresas, ya que permite que los colaboradores tengan una guía de trabajo con todos los métodos y procedimientos descritos en el mismo, lo que permitirá que se optimice el tiempo en las actividades que ellos realizan.

2.7.3 Métodos para evaluar un manual de control interno

2.7.3.1 Método de cuestionario

En este método se elaboran preguntas que serán dirigidas hacia el personal que se encuentra encargado de las diferentes áreas de la empresa, así también a sus altos funcionarios.

Grafico N° 12 Formato de Cuestionario para evaluación de control interno

CUESTIONARIO PARA EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO					
				CI	
ENTIDAD:					
FECHA:					
NOMBRE:					
CARGO:					
ÁREA:					
Instrucciones: Marque una X en la columna que corresponda a su respuesta.					
N°	PREGUNTAS	RESPUESTA			OBSERVACIONES
		SI	NO	N/A	
1	¿La empresa posee alguna base legal claramente definida y establecida?				
2	¿La empresa da a conocer las disposiciones legales, reglamentarias y normativas como sus estatutos, manuales de procedimientos y reglamentos a sus empleados?				
3	¿Está usted de acuerdo con los objetivos trazados y planteados por la empresa?				
4	¿Se ha realizado reingenierías de la estructura administrativa de la empresa de los niveles directivo, gerencial y operativo?				

Fuente: Repositorio Universidad Politécnica Salesiana
Elaborado por: Naranjo Oñate Verónica Alexandra, Quito-Ecuador, 2012

2.7.3.2 Método Gráfico


2.7.3.3 Método narrativo

Consiste en la descripción de los procedimientos más importantes de una manera minuciosa, así como de las particularidades del sistema de control interno para las distintas áreas, mencionando los registros y formularios que intervinieron en el sistema.

Ejemplo: cobro a empleados y deudores

Todas las entradas por concepto de cobro a empleados y deudores, ocasiona la expedición por duplicado de recibos especiales numerados progresivamente; original para el deudor y el duplicado para la empresa, donde constará la firma de conformidad del deudor; la suma de las copias de recibos especiales, será igual al importe del ingreso a caja y depósito bancario diario por este concepto. (Guzmán & Pintado, 2012, págs. 46-47)

Grafico N° 14 Formato de narrativa

	EMPRESA "ELECTRO RICAR RUIZ" CÍA. LTDA. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS NARRATIVA Período: 01 de Enero al 31 de Diciembre 2012
Entrevistado: Cargo:	
Detalle de Narrativa:	
Elaborado por: Revisado por:	

Fuente: Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE)
Elaborado por: Ruiz Mesa Yomaira Alexandra, Quito-Ecuador, 2012

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN MANUAL DE CONTROL INTERNO

3.1 ANÁLISIS ACTUAL DE LA DISTRIBUIDORA SILVERSMART EN FUNCION DE LOS 5 COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO

El propósito del desarrollo de un Manual de Control Interno para la distribuidora SILVERSMART es poder contar con una guía de apoyo que permita tener de manera ordenada y sistematizada toda la información pertinente que requiere la empresa para que sus actividades realizadas sean desarrolladas de la mejor manera.

Entorno de control

La distribuidora no maneja ningún tipo de estándar de conducta y comportamiento con la que deben operar los diferentes colaboradores dentro y fuera de la empresa. La Gerencia sólo ha comunicado los valores éticos, pero no ha dado directrices específicas en cuanto a lo que es correcto o incorrecto realizar.

SILVERSAMART no cuenta con una filosofía y el estilo de operación de la gerencia clara, ya que no existe un monitoreo y control de las actividades y de riesgos que se pueden presentar; así también no tienen un lineamiento a seguir para los mismos.

Su estructura organizativa es muy básica, cuenta con un organigrama en donde se puntualizan los puestos de trabajo mas no determina cuales son las actividades de cada puesto. También cuentan con un flujograma de procesos de la comercialización que realizan.

La empresa no tiene objetivos y metas definidas. En lo que concierne a la asignación de responsabilidades la distribuidora sólo lo ha hecho de manera verbal al momento de contratar a sus colaboradores, no se cuenta con reportes por las actividades que se realizan ni se entrega ningún tipo de constancia de los trabajos realizados. Los colaboradores de la empresa no tienen claro a quién dirigirse al momento de solicitar autorización para determinada actividad.

Actualmente no se ha determinado las diferentes políticas, lineamientos, procedimientos tanto para la contratación, capacitación, orientación, evaluación que requiere el personal.

Evaluación de Riesgos

La distribuidora no ha identificado y analizado los riesgos a los que puede estar propensa tanto interna como externamente. Tampoco se encuentran definidos los objetivos de la empresa de los cuales se parte para poder evaluar los riesgos.

Como consecuencia de esto tampoco se ha estimado los riesgos para saber la probabilidad de ocurrencia de los mismos.

Actividades de Control

Dentro de la empresa no existen directrices para llevar a cabo los procesos que se deben realizar, no se ejerce revisiones de pronósticos, la competencia, el presupuesto con los que se debe manejar la distribuidora.

No se solicitan, ni se presentan informes acerca de las actividades que se realizan por parte de los colaboradores.

El procesamiento de información no está sujeto a ningún control para la verificación y autorización de las distintas diligencias que tiene el personal.

Las pertenencias de las que dispone la distribuidora no son manejadas por medio de controles físicos. Desde que se adquirieron los diferentes activos para la empresa no han sido sometidos a ningún tipo de control.

Muchas veces las responsabilidades de cierto colaborador las ha tenido que realizar otra persona, ya que no existe una buena segregación de responsabilidades.

Información y comunicación

No existe una buena comunicación, ya que el personal que se encuentra trabajando fuera de la empresa no tiene definido un horario para informar sobre las actividades realizadas y todo se realiza mediante llamadas de celular esporádicas.

No se ha establecido reuniones de personal externo y estas se ejecutan de forma espontánea.

No se comunica las actividades de forma clara y oportuna, con esto no se consigue una correcta sinergia entre los empleados y existen muchas confusiones en lo comunicativo.

No se cuenta con un correo institucional y la comunicación se la realiza de forma informal.

Supervisión

No existe un control interno por lo tanto no se evalúa la eficacia del mismo. Una vez que se establezca un control interno dentro de la organización se podrá evaluar y determinar la eficacia del mismo, con esto se podrá tomar las acciones necesarias para mejorar procesos en el control

Como se puede ver en el análisis anteriormente detallado la distribuidora tiene una estructura deficiente al no contar con el manejo de un manual de control interno para los procesos que realiza, dando como resultado varios errores y demoras en estos procesos.

No existe una definición clara de los objetivos y alcances, así como las políticas que se deben seguir para cumplir con las diferentes actividades. En lo que concierne al monitoreo y cumplimiento de las actividades la distribuidora no ha practicado ningún tipo de control para todo lo que se realiza.

3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO (DAFO)

El análisis estratégico que se detalla con el uso de la matriz DAFO, es una herramienta que le sirve a SILVERSMART para poder conocer a fondo todos los aspectos a los que

puede estar expuesta la distribuidora. Este diagnóstico proporcionó una información importante para de esta manera poder implementar acciones y medidas correctivas.

Con las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas analizadas se pudo realizar las respectivas estrategias defensivas, ofensivas, de supervivencia y de reorientación; para que de esta manera la distribuidora cuente con un apoyo para una buena toma de decisiones.

Tabla N° 4 Análisis estratégico- Matriz DAFO

ANÁLISIS ESTRATÉGICO MATRIZ DAFO	ANÁLISIS EXTERNO	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> •No existe los suficientes canales de ventas de CNT EP para el target definido. •Los Distribuidores de servicios de telecomunicaciones de la competencia solo se encuentran enfocados en los centros comerciales. •Apoyo al desarrollo de las telecomunicaciones por parte del Estado •Existe la apertura de involucrase en eventos masivos 	<ul style="list-style-type: none"> •Existen varios distribuidores de servicios de telecomunicaciones de la competencia para el segmento masivo. •Las distribuidoras de la competencia cuentan con experiencia en el mercado •Las distribuidoras de la competencia cuentan con varios locales en el centros comerciales
ANÁLISIS INTERNO	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> •Experiencia en la venta de productos y servicios de telecomunicaciones. •Experiencia en el sector de las telecomunicaciones •Los productos y servicios de telecomunicaciones ofrecidos por CNT EP tienen precios competitivos •Se cuenta con productos especiales para el sector público. 	Diseñar un plan estratégico de cobertura del mercado en las instituciones públicas, ejecutando un proceso simultáneo de visitas y publicidad, estableciendo alianzas con las mismas para que sus empleados tengan acceso a los servicios que ofrece la distribuidora mediante stands que se encontraran ubicados en las instalaciones de las empresas . Definir mercados no explotados de forma directa e incorporar canales de venta.	Establecer sitios clave para el posicionamiento de los stands para la distribución de publicidad y para la venta de los servicios que se ofrece. Ofrecer los productos especiales (sector público) y ganar mercado a las distribuidoras de la competencia.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> •Se encuentran sujetos a disponibilidad las ventas de los servicios fijos. •No se cuenta con una cobertura nacional para el servicio móvil •Carencia de descripciones de procesos, puestos y atribuciones de cada colaborador 	Gestionar sitios de concurrencia masiva de personas para participar en dichos eventos para realizar campañas publicitarias Realizar un Manual de Control Interno para potencializar la eficacia del sistema	Se realizará un analisis previo de los sectores donde se tiene servicio fijo y moviles para superar esta barrera y ganar clientes a la competencia. Realizar un manual de control interno para evitar que los distribuidores de telecomunicaciones de la competencia se apoderen del mercado.

Elaborado por: Andrea Mancheno

3.3 ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (MEFI)

Tabla N° 5 Análisis Matriz EFI (MEFI)

DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO		PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS				
F1	Experiencia en la venta de productos y servicios de telecomunicaciones.	0,2	3	0,6
F2	Experiencia en el sector de las telecomunicaciones	0,1	4	0,4
F3	Los productos y servicios de telecomunicaciones ofrecidos por CNT EP tienen precios competitivos	0,2	3	0,6
F4	Se cuenta con productos especiales para el sector público.	0,1	3	0,3
DEBILIDADES				
D1	Se encuentran sujetos a disponibilidad, las ventas de los servicios fijos.	0,1	2	0,2
D2	No se cuenta con una cobertura nacional para el servicio móvil	0,1	1	0,1
D3	Carencia de descripciones de procesos, puestos y atribuciones de cada colaborador	0,2	1	0,2
TOTAL		1		2,4

Elaborado por: Andrea Mancheno

La matriz nos permite evaluar los factores internos (fortalezas y debilidades) otorgándoles un peso (indica el impacto que tiene cada factor en la empresa y la suma total debe ser igual a 1) y una calificación (4 = Mayor Fortaleza, 3 = Menor Fortaleza, 2 = Menor Debilidad y 1 = Mayor Debilidad).

De acuerdo con el Total ponderado de 2,4 podemos concluir que la empresa es internamente débil ya que está por debajo del promedio (2,5).

Por lo que se debe poner gran atención a las debilidades que posee la distribuidora.

3.4 OBJETIVOS DEL MANUAL DE CONTROL INTERNO

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de Manual de Control de Interno para la Distribuidora de Servicios de Telecomunicaciones SILVERSMART con la finalidad de que exista un mejor desempeño en los procesos.

Objetivos Específicos

- Proporcionar una herramienta de apoyo que les permita desarrollar de una manera óptima todas las actividades que realiza la distribuidora
- Diseñar una propuesta que les permita un mejor control del funcionamiento de las diferentes actividades a realizarse.
- Modificar el esquema en el que la empresa desempeña sus funciones para que les permita obtener un mayor margen de ingresos

3.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.5.1 Procesos a implementar en la propuesta

- Definir los objetivos y alcances tanto generales como específicos
- Definir políticas y procedimientos para la ejecución de actividades
- Delimitar los puestos de trabajo con sus respectivas funciones
- Diagramar procesos de las actividades
- Registro y almacenamiento adecuado de toda la información
- Generar y proporcionar información veraz y oportuna
- Implementar procedimientos que sean efectivos

3.5.2 Manual de Control Interno

El documento desarrollado del manual de control interno se encuentra en los anexos

4. ANÁLISIS DE MANUAL DE CONTROL INTERNO DE LA EMPRESA

4.1 ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

Tabla N° 6 Análisis de la propuesta

COMPONENTES	ANÁLISIS ACTUAL	ANÁLISIS DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL PROPUESTO
ENTORNO DE CONTROL	La distribuidora no maneja ningún tipo de estándar de conducta y comportamiento con la que deben operar los diferentes colaboradores dentro y fuera de la empresa	En el Manual de Control Interno se encuentra detallado las políticas, lineamientos, valores éticos que todos los que conforman la empresa deben seguir
	La Gerencia sólo ha comunicado los valores éticos pero no ha dado directrices específicas en cuanto a lo que es correcto o incorrecto realizar.	
	SILVERSAMART no cuenta con una filosofía y el estilo de operación de la gerencia clara, ya que no existe un monitoreo y control de las actividades y de riesgos que se pueden presentar; así también no tienen un lineamiento a seguir para los mismos	En el capítulo 4 se ha analizado los riesgos de la empresa y se ha establecido la mitigación para los mismos
	Su estructura organizativa es muy básica, cuenta con un organigrama en donde se puntualizan los puestos de trabajo mas no determina cuales son las actividades de cada puesto. También cuentan con un flujograma de procesos de la comercialización que realizan.	En el Manual de Control Interno al hablar de Puestos y Funciones se estipuló de forma clara el cargo que ocupa y cuáles son las funciones a realizar de cada colaborador
	La empresa no tiene objetivos y metas definidas	Existen tanto metas como objetivos definidos para cada uno de los procesos que se realizan en la empresa
	En lo que concierne a la asignación de responsabilidades la distribuidora sólo lo ha hecho de manera verbal al momento de contratar a sus colaboradores	En el Manual se evidencia de forma clara las responsabilidades de cada colaborador y así se evitará múltiples funciones de trabajo
	No se cuenta con reportes por las actividades que se realizan ni se entrega ningún tipo de constancia de los trabajos realizados	En el Manual los procesos establecidos generan reportes, los mismos que son guardados en una base de datos
	Los colaboradores de la empresa no tienen claro a quién dirigirse al momento de solicitar autorización para determinada actividad	En el Manual en los puestos y funciones se detalla de forma clara quien supervisa y a quien deben reportar las acciones realizadas
	Actualmente no se ha determinado las diferentes políticas, lineamientos, procedimientos tanto para la contratación, capacitación, orientación, evaluación que requiere el personal.	En el Manual de Control Interno se encuentran detalladas las políticas, normas y procedimientos a seguir para cada una de las actividades que se realizan en la distribuidora
EVALUACIÓN DE RIESGOS	La distribuidora no ha identificado y analizado los riesgos a los que puede estar propensa tanto interna como externamente.	En el capítulo 4 se ha identificado y analizado los riesgos de la distribuidora con su respectiva mitigación y también se ha hecho un análisis FODA. En el Manual de Control Interno ya se encuentran establecidos los objetivos de cada proceso
	Tampoco se encuentran definidos los objetivos de la empresa, los cuales son parte para poder evaluar los riesgos.	
	Como consecuencia de esto tampoco se ha estimado los riesgos para saber la probabilidad de ocurrencia de los mismos.	

COMPONENTES	ANÁLISIS ACTUAL	ANÁLISIS DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL PROPUESTO
ACTIVIDADES DE CONTROL	Dentro de la empresa no existen directrices para llevar a cabo los procesos que se deben realizar, no se ejerce revisiones de pronósticos, la competencia, el presupuesto con los que se debe manejar la distribuidora.	Ya se tienen ciertos lineamientos en cuanto a la manera de manejar los procesos, tiempos de revisión de pronósticos, presupuestos
	No se solicitan, ni se presentan informes acerca de las actividades que se realizan por parte de los colaboradores	Dentro de las normas citadas en el Manual de Control Interno se estipula que los colaboradores deben presentar reportes de sus actividades
	El procesamiento de información no está sujeto a ningún control para la verificación y autorización de las distintas diligencias que tiene el personal	Los procesos se encuentran jerarquizados con lo cual se implementó las diferentes autorizaciones necesarias para el buen desempeño de los procesos
	Las pertenencias de las que dispone la distribuidora no son manejadas por medio de controles físicos.	En el Manual Interno se encuentra establecido los responsables y custodios de la infraestructura y equipos con los que cuenta la empresa
	Muchas veces las responsabilidades de cierto colaborador las ha tenido que realizar otra persona	Ya con el detalle de las actividades que realizará cada colaborador, se tendrá específicamente la función de cada persona y se evita sobrecargas de trabajo
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	No existe una buena comunicación, ya que el personal que se encuentra trabajando fuera de la empresa no tiene definido un horario para informar sobre las actividades realizadas y todo se realiza mediante llamadas de celular esporádicas.	En el proceso de ventas se encuentra establecido las normas que debe seguir el vendedor para realizar este proceso, con lo cual se mantiene una buena comunicación con el jefe de ventas
	No se ha establecido reuniones de personal externo y estas se ejecutan de forma espontánea	El personal se rige a las normas que se implementaron en el Manual de Control Interno para mantener reuniones preestablecidas
	No se comunica las actividades de forma clara y oportuna	Con la creación de un correo para la distribuidora se podrá manejar una información veraz y propicia. Además con la implementación de una base de datos se puede tener la información en línea
	No se cuenta con un correo institucional y la comunicación se la realiza de forma informal	
SUPERVISIÓN	No existe un control interno por lo tanto no se evalúa la eficacia del mismo	Con el Control Interno establecido dentro de la organización se podrá evaluar y determinar la eficacia del mismo, con esto se podrá tomar las acciones necesarias para mejorar procesos en el control

Elaborado por: Andrea Mancheno

En el cuadro presentado se puede observar varios de los problemas que enfrenta la distribuidora SILVERSMART en la actualidad, los cuales se los ha distribuido en función a los cinco componentes del Control Interno.

Posteriormente se ha hecho un análisis en el cual ya se considera el uso de un Manual de Control Interno, en este análisis se puede apreciar que con la debida implementación del manual se podrá conseguir una mejora para los problemas que enfrenta la distribuidora, en cuanto a los cinco componentes anteriormente descritos.

Para cada problema descrito se presenta una posibilidad de mejora, si se lleva a cabo un uso adecuado de todos los lineamientos descritos en el manual.

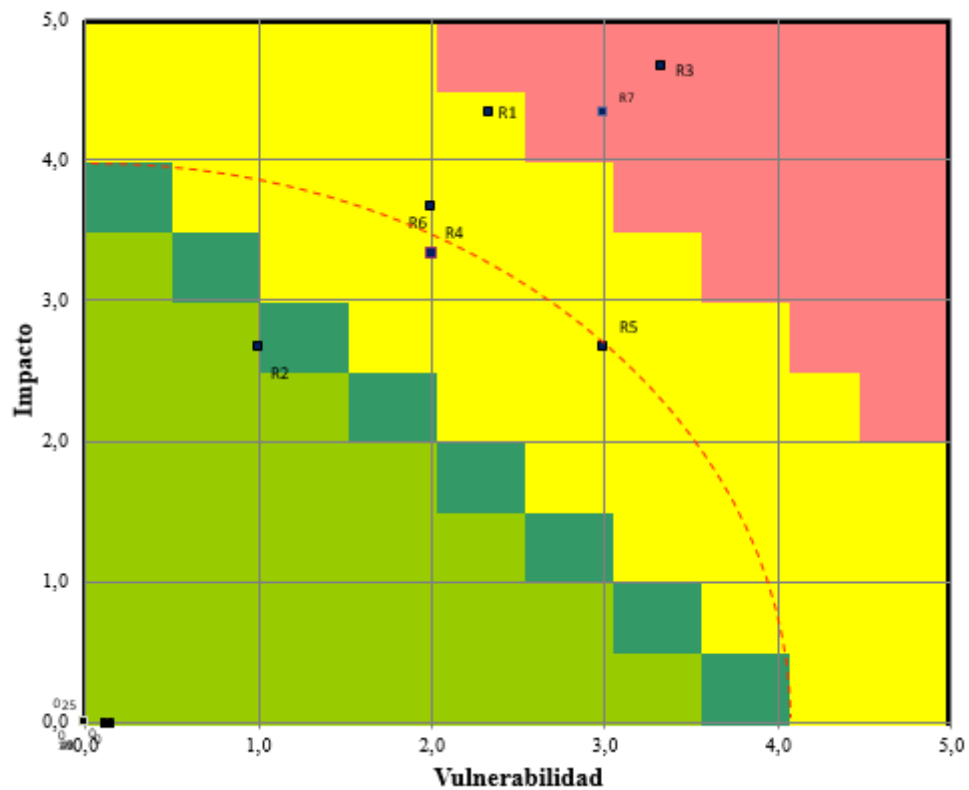
4.2 ANÁLISIS DE RIESGOS

Tabla N° 7 Valoración y mapeo de riesgos

	PROCESO	TIPIFICACIÓN RIESGO	RIESGO EVALUADO	OBSERVACIÓN	CRITICIDAD	PROBABILIDAD	IMPACTO	VOTO / CARGOS	Calificación Funcionario Nro. 1 (Gerente General)	Calificación Funcionario Nro. 2 (Asistente de Control Documental)	Calificación Funcionario Nro. 3 (Vendedor)	Control Existente	Controles Sugeridos
R1	Almacenamiento de documentos físicos	R1	Pérdida de documentos	No existen procedimientos establecidos	Medio	2,3	4,3	VOTO IMPACTO	5,0	4,0	4,0	No existe control	Organización en la recepción de los documentos por parte de los asistentes de control documental
								VOTO PROBABILIDAD	2,0	3,0	2,0		
R2	Almacenamiento de información en la nube	R2	Seguridad (Filtrado de información) y pérdida de documentos	No existen procedimientos establecidos	Bajo	1,0	2,7	VOTO IMPACTO	4,0	3,0	1,0	No existe control	Contratar a empresa especializada en el manejo de archivos digitales
								VOTO PROBABILIDAD	1,0	1,0	1,0		
R3	Llenado de contratos	R3	Falsificación de firmas en los contratos	No existen procedimientos establecidos	Alto	3,3	4,7	VOTO IMPACTO	5,0	4,0	5,0	No existe control	Tomar una foto al cliente firmando el contrato y enviarla a los asistentes de control documental
								VOTO PROBABILIDAD	3,0	4,0	3,0		
R4	Entrega de documentos por parte del personal de ventas	R4	Retraso, pérdida, faltantes de información recolectada	No existen procedimientos establecidos	Medio	2,0	3,3	VOTO IMPACTO	3,0	3,0	4,0	No existe control	Escanear documentos obtenidos y enviarlos a los asistentes de control documental. Custodia y archivo de la documentación
								VOTO PROBABILIDAD	1,0	2,0	3,0		
R5	Consulta de buró crediticio del cliente	R5	Demora en el proceso de respuesta	No existen procedimientos establecidos	Medio	3,0	2,7	VOTO IMPACTO	2,0	2,0	4,0	No existe control	Enviar una foto con la autorización firmada por el cliente de manera inmediata via whatsapp
								VOTO PROBABILIDAD	2,0	3,0	4,0		
R6	Contratación de personal	R6	Falta de personal capacitado	No existen procedimientos establecidos	Medio	2,0	3,7	VOTO IMPACTO	4,0	4,0	3,0	No existe control	Verificar periódicamente que en todos los puestos exista personal
								VOTO PROBABILIDAD	1,0	3,0	2,0		
R7	Entrega de equipos a los clientes	R7	Robo, pérdida, retraso	No existen procedimientos establecidos	Medio	3,0	4,3	VOTO IMPACTO	5,0	4,0	4,0	No existe control	Contratar servicio de courier
								VOTO PROBABILIDAD	2,0	3,0	4,0		

Elaborado por: Andrea Mancheno

Grafico N° 15 Matriz de riesgos



Elaborado por: Andrea Mancheno

Para la realización de la matriz de riesgos de la distribuidora, se hizo con un previo cuestionario al Gerente General, asistentes de control documental y a los vendedores que fueron quienes proporcionaron la información necesaria para la realización de esta matriz.

Como se puede apreciar en la matriz, para los procesos detallados se pudo evidenciar que no existen procedimientos establecidos, tampoco controles para los mismos.

Se obtuvo en su mayoría una criticidad media de los riesgos, a excepción de un riesgo alto localizado en cuanto a la falsificación de firmas en los contratos, y un riesgo bajo en lo que concierne a la seguridad y pérdida de documentos.

Como medida de mitigación o de controles sugeridos, se desarrolló uno por cada proceso presentado.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El diagnóstico previamente realizado a la distribuidora permitió conocer a fondo la situación en la que se encontraba, para de esta manera estar al tanto de las necesidades que tenía la empresa y poder diseñar un Manual de Control Interno que se ajuste a las mismas.
- No existe un Manual de Control Interno en la distribuidora SILVERSMART, el manejo que se lleva es en base a la experiencia de sus colaboradores.
- El Manual de Control Interno se creó con la finalidad de obtener una información ordenada y detallada en el que se encuentran los procesos con sus respectivas instrucciones, las responsabilidades y funciones que debe tener cada colaborador, objetivos, alcances; así también las políticas internas que tiene la empresa.
- Se realizó análisis DAFO, MEFI, y de riesgos para poder establecer estrategias efectivas, así como identificar los factores críticos de riesgo que tenía la distribuidora y lograr definir las respectivas mitigaciones para los mismos.
- El Manual de Control Interno proporciona una herramienta de apoyo que permite desarrollar de manera óptima todas las actividades que se realiza en la Distribuidora, permitiendo un mejor control del funcionamiento de las mismas.

5.2 RECOMENDACIONES

- Cuando se realice el diagnóstico de la distribuidora se debe tener un criterio imparcial y objetivo para que la información obtenida sea lo más veraz posible.
- Implementar el Manual de Control Interno a la Distribuidora SILVERSMART, aplicándolo a todas las áreas para un correcto desempeño de las actividades que se realizan.
- El desarrollo tanto de los procedimientos como de las funcionalidades de los colaboradores se recomienda realizarse en conjunto con todos los miembros de la empresa para que no exista duplicidad en actividades y roles.
- Se recomienda la actualización periódica de los análisis DAFO, MEFI y de riesgos para la distribuidora, para que de esta manera puedan estar al día, y la capacidad de reacción sea oportuna.
- Promover el compromiso, logrando que todos los miembros que trabajan en la distribuidora se involucren con el proceso de implementación y seguimiento del Manual de Control Interno.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y monografías

- (MICIL), M. I. (2009). *(Marco Integrado de Control Interno para Latinoamérica (MICIL))*.
- Blanco Luna, Y. (2012). *Auditoría Integral: Normas y Procedimientos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- COSO. (1992).
- ERNST & YOUNG LLP. (2003). *Evaluación del Control Interno. Consideraciones para evaluar el control interno a nivel empresa*.
- Eslava, J. d. (2011). *La Gestión del control Interno en la Empresa*. Madrid: ESIC.
- Estupiñán Gaitán , R. (2015). *Control Interno y fraudes: análisis de informe COSO I,II y III con base en los ciclos transaccionales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Estupiñan, G. R. (2006). *Control interno y fraudes con base en los ciclos transaccionales: analisis de informe COSO I y II* . Colombia: Ecoe Ediciones.
- Granda Escobar, R. D. (2010). *Planificación y Control interno para todos: sectores público-privado: La sensibilidad de la dinámica organizacional aconseja llevarla a buen puerto. He aquí como hacerlo*. Bogotá: Edijufinancieras.
- Granda Escobar, R. D. (2011). *Manual de Control Interno*. Bogotá: Nueva Legislación.
- Leonard, W. (1990). *Auditoria Administrativa- Evaluación de metodos y eficiencia administrativa*. Mexico DF: Diana.
- Maldonado Correa, M., & Poveda Pazmiño, M. V. (1999). *Elaboración de un manual de control interno para una empresa emisora de tarjetas de crédito*. Quito.
- Mantilla B, S. A. (2005). *Control Interno Informe COSO*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Mantilla B, S. A. (2013). *Auditoría del control interno*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Melgar, M. (1998). *Organización y Métodos para el mejoramiento administrativo de las empresas*. El Salvador.
- Oña García , P. A. (2008). *Diseño de una propuesta de manual de control interno para las principales actividades de la compañía Induvallas en la ciudad de Quito*. Quito.
- Poveda Flor, L. C., & Verdezoto Gracia, R. M. (1998). *Manual de control interno para pequeñas y medianas empresas de la industria gráfica: estudio realizado en la ciudad de Quito*. Quito.
- Valencia, J. (2009). *Control Interno un Efectivo Sistema para la Empresa*. México: Astrillas.
- Vargas, A. (2010). *Eron y el papel de la ética en los negocios*. Obtenido de <http://www.bib.uia.mx/>: <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015347/015347.pdf>

Wesberry, J. (2004). *Marco Integrado CORRE*. Quito.

Whittington, O., & Pany, K. (2005). *Principios de Auditoría*. México: Mc.Graw-Hill.

Wikipedia. (2015). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_Sarbanes-Oxley.

Wiley, J. (1998). *Beyon COSO. Internal Control to Enhance Corporate Governance*. New York.

Documentos en línea

Auditool. (s.f.). <http://www.cicinacional.com>. Obtenido de http://www.cicinacional.com: http://www.cicinacional.com/images/Articulos/Guia_Marco_Integrado_de_Control_Inter no_COSO_III.pdf

Avella Rubio, R. (2006). *COSO II y la gestión Integral de Riesgos del Negocio*. Obtenido de pdfs.wke.es: http://pdfs.wke.es/6/6/7/3/pd0000016673.pdf

Chiple Cendegui, B. (2005). *Repositorio Universidad de Chile*. Obtenido de Implementación y Estado de Sarbanes Oxley en las Compañías Chilenas. : http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/chiple_b/sources/chiple_b.pdf

Concha , C., & Marín , R. (2005). *Diferencias en el uso de Herramientas y Mecanismos de Control*. Obtenido de repositorio.uchile.cl: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/concha_c/sources/concha_c.pdf

COSO . (s.f.). *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission COSO*. Obtenido de Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission COSO: <http://www.coso.org/>

Guzmán, D., & Pintado, M. (Septiembre de 2012). *Universidad Politécnica Salesiana Repositorio Digital*. Obtenido de dspace.ups.edu.ec: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2891/1/UPS-CT002470.pdf

Naranjo Oñate, V. (Junio de 2012). *Universidad Politécnica Salesiana Repositorio Digital* . Obtenido de dspace.ups.edu.ec: http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4078

PricewaterhouseCoopers. (Febrero de 2014). <https://www.pwc.com>. Obtenido de <https://www.pwc.com: https://www.pwc.com/mx/es/publicaciones/archivo/2014-02-punto-vista.pdf>

Segovia Villavicencio, J. M. (MAYO de 2011). *TESIS U. CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/991/1/T-UCE-0003-124.pdf>

Vargas, A. (2010). *Eron y el papel de la ética en los negocios*. Obtenido de <http://www.bib.uia.mx/: http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015347/015347.pdf>

Wikipedia. (2015). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_Sarbanes-Oxley.

ANEXOS



MANUAL DE CONTROL INTERNO

(Propuesto)

Quito



INDICE

1. Visión de SilverSmart.....	4
2. Misión de SilverSmart.....	4
3. Valores	4
4. Objetivos	4
5. Alcances	4
6. Puestos y funciones (Propuesto).....	5
6.1 Identificación del Cargo 1	6
6.2 Identificación del Cargo 2	8
6.3 Identificación del Cargo 3	10
6.4 Identificación del Cargo 4	11
6.5 Identificación del Cargo 5	12
6.6 Identificación del Cargo 6	13
7. Procedimientos	14
7.1 Simbología Utilizada	14
7.2 Procedimiento: Distribución De Catálogos De Productos Y Servicios Mensuales.	15

7.3 Procedimiento: Contratación de Personal de Ventas	17
7.4 Procedimiento: Venta De Servicios Y Productos CNT	19
7.5 Procedimiento: Validación e Ingreso De Contratos	21
7.6 Procedimiento: Capacitación De Vendedores	23
7.7 Procedimiento: Liquidación Mensual De Productos Y Servicios Vendidos	25
8. Políticas.....	27



1. Visión de SilverSmart

Ser la comercializadora líder en ventas de servicio de telecomunicaciones en Sangolquí, San Rafael, Cumbayá, Tumbaco, Pifo, Yaruqui, Pintag y el Quinche.

2. Misión de SilverSmart

Vender productos y servicios de telecomunicaciones ofrecidos por CNT EP, cumpliendo los estándares de calidad y comprometidos a una buena de atención al cliente.

3. Valores

- Trabajo en Equipo
- Integridad
- Compromiso
- Cumplimos con los objetivos empresariales
- Socialmente responsables

4. Objetivos


- Determinar responsabilidades de cada uno de los colaboradores según el cargo que ocupan
- Brindar una mejor dirección a los funcionarios, así como ser un medio de inducción para el nuevo personal.

5. Alcances

- Este Manual será aplicado para todas las áreas de la distribuidora SILVERSMART
- El personal de SILVERSMART deberá cumplir con todas las normas y procedimientos que se encuentran en este Manual con la finalidad de que el trabajo que realicen sea eficiente y eficaz.


6. Puestos y funciones (Propuesto)

El presente Manual permitirá a la distribuidora contar con una herramienta de apoyo, en el cual se podrá ver claramente la descripción de los diferentes cargos de trabajo con sus respectivas funciones para un correcto desempeño de las mismas.


	<p>Manual de Control Interno</p> <p>Puestos y Funciones</p>
<p>6.1 Identificación del Cargo 1</p>	
<p>Nombre del cargo</p>	<p>Gerente General</p>
<p>Dependencia</p>	<p>Gerencia General</p>
<p>Reporta a</p>	<p>Accionistas e Inversores</p>
<p>Supervisa a</p>	<p>Jefe de Ventas, Supervisor de Control Documental y Personal de Atención al cliente</p>
<p>Descripción General del puesto</p> <p>Planear, proponer, organizar, aprobar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa.</p> <p>Representar legalmente a la empresa</p> <p>Establecer las políticas de las operaciones internas</p> <p>Plantear las metas anuales de la empresa</p> <p>Realiza la toma de decisiones</p>	
<p>Descripción Específica del puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proveer al personal de lo necesario para el desarrollo de sus funciones ➤ Dirigir y controlar el desempeño de las áreas ➤ Definir políticas generales de la distribuidora ➤ Entrevistar y contratar a los supervisores o gerentes que reportan a él ➤ Monitorear la actividad de los colaboradores mediante reportes ➤ Fijar objetivos a cada área de la distribuidora ➤ Dar a conocer los objetivos, misión, visión y valores de la empresa ➤ Ordenar pagos de nómina al Supervisor de Control Documental ➤ Implementar políticas y procedimientos en la empresa 	
<p>Perfil de Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proactividad ➤ Capacidad de análisis y síntesis ➤ Líder motivador ➤ Capacidad de negociación 	
<p>Educación formal</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de tercer nivel en Ingeniería Comercial, Administración de empresas o carreras afines 	
<p>Experiencia Laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 4 años en posiciones similares 	


Conocimientos


- Habilidades en negociación
- Softwares computacionales en Administración
- Manejo de personal


	<p>Manual de Control Interno</p> <p>Puestos y Funciones</p>
<p align="center">6.2 Identificación del Cargo 2</p>	
<p>Nombre del cargo</p>	<p>Jefe de Ventas</p>
<p>Dependencia</p>	<p>Departamento de Ventas</p>
<p>Reporta a</p>	<p>Gerente General</p>
<p>Supervisa a</p>	<p>Freelance o Vendedores</p>
<p>Descripción General del puesto</p> <p>Es la persona encargada de cumplir con las metas de venta determinadas por la Gerencia General. Administrando de manera eficiente el área de ventas.</p> <p>Se encargará de planificar, ejecutar y controlar las estrategias de ventas y las actividades de los vendedores. Establecerá los objetivos de venta para el equipo y evaluará los logros de los agentes comerciales.</p>	
<p>Descripción Específica del puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejecutar y controlar los planes comerciales de la distribuidora ➤ Preparar los pronósticos de ventas ➤ Elaborar reportes mensuales de las ventas realizadas ➤ Seleccionar el personal a su cargo ➤ Analizar y obtener las rutas de venta convenientes y asignar el número exacto de vendedores ➤ Gestionar los puestos de trabajo para su equipo de ventas ➤ Capacitar constantemente al personal de ventas ➤ Organizar y dirigir su equipo de trabajo ➤ Negociar personalmente de los contratos con grandes clientes ➤ Realizar reportes diarios acerca de las actividades realizadas ➤ Coordinar los planes de trabajo de los vendedores semanalmente ➤ Supervisar constantemente las actividades realizadas por su equipo de ventas ➤ Impulsar la apertura a nuevos mercados ➤ Motivar al personal a su cargo ➤ Conocer las necesidades de los clientes ➤ Tener un inventario de las cosas que facilita a su equipo de trabajo ➤ Preocuparse por la vestimenta uniforme de su equipo ➤ Organizar reuniones semanales con su equipo de trabajo para generar un informe de metas alcanzadas ➤ Asistir a las capacitaciones que brinda la CNT EP acerca de todo lo que concierne con la comercialización 	
<p>Perfil de Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proactividad ➤ Trabajo en equipo 	

<ul style="list-style-type: none">➤ Trabajo bajo presión➤ Negociación➤ Habilidades Comunicativas➤ Compromiso➤ Determinación➤ Liderazgo
Educación formal <ul style="list-style-type: none">➤ Título de tercer nivel en Ingeniería Comercial, Administración de empresas o carreras afines
Experiencia Laboral <ul style="list-style-type: none">➤ 2 años en áreas afines
Conocimientos <ul style="list-style-type: none">➤ Manejo de office Avanzado➤ Elaboración de estrategias comerciales➤ Atención a clientes

	<p>Manual de Control Interno</p> <p>Puestos y Funciones</p>
6.3 Identificación del Cargo 3	
Nombre del cargo	Freelance o Vendedor
Dependencia	Departamento de ventas
Reporta a	Jefe de Ventas
Supervisa a	N/A
Descripción General del puesto Persona encargada de la venta de servicios y productos que la distribuidora puede comercializar de la empresa CNT EP, fuera de la oficina directamente con el cliente a través de stands en centros comerciales, lugares concurridos, instituciones públicas y modalidad puerta a puerta.	
Descripción Específica del puesto <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener el área signada limpia y ordenada ➤ Mantener un buen uso del uniforme asignado ➤ Asesorar a los clientes en la venta tanto del producto, servicio y en la manera correcta de utilizarlos. ➤ Responder por el desarrollo de las actividades de la zona asignada para la venta ➤ Informar sobre las promociones que la CNT EP brinda a las distribuidoras ➤ Informar acerca de todo lo que ocurra tanto con los clientes como con la competencia ➤ Reportar diariamente sobre las actividades realizadas ➤ Llenar correctamente los formularios y el contrato ➤ Concretar la firma de los contratos con los clientes ➤ Obtener los documentos necesarios para respaldar la venta del servicio 	
Perfil de Competencias <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proactivo ➤ Capacidad para relacionarse ➤ Responsabilidad ➤ Entusiasmo 	
Educación formal <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Bachiller 	
Experiencia Laboral <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 año en posiciones similares 	
Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de office ➤ Atención al cliente ➤ Técnicas de venta 	

	<p>Manual de Control Interno</p> <p>Puestos y Funciones</p>
6.4 Identificación del Cargo 4	
Nombre del cargo	Supervisor de Control Documental
Dependencia	Control Documental
Reporta a	Gerente General
Supervisa a	Asistentes de Control Documental
Descripción General del puesto Encargado de administrar y controlar el llenado de los contratos de CNT EP con la ayuda de sus asistentes. Encargado de llevar la Contabilidad de la empresa.	
Descripción Específica del puesto <ul style="list-style-type: none"> ➤ Crear y analizar los informes de ventas quincenales ➤ Facturación de la distribuidora con CNT EP ➤ Realizar las declaraciones con el SRI ➤ Llevar la contabilidad de la empresa ➤ Realizar una reunión quincenal con el Gerente General y el Jefe de Ventas para determinar los planes de acción de la empresa 	
Perfil de Competencias <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proactividad ➤ Trabajo en equipo ➤ Trabajo bajo presión ➤ Negociación ➤ Habilidades Comunicativas ➤ Compromiso ➤ Determinación ➤ Liderazgo ➤ Ética profesional ➤ Honradez 	
Educación formal <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de tercer nivel en Licenciado o Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA 	
Experiencia Laboral <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 años en áreas afines 	
Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> ➤ CPA indispensable ➤ Manejo de software especializado en administración 	

	<p>Manual de Control Interno</p> <p>Puestos y Funciones</p>
<p>6.5 Identificación del Cargo 5</p>	
<p>Nombre del cargo</p>	<p>Asistente de Control Documental</p>
<p>Dependencia</p>	<p>Control Documental</p>
<p>Reporta a</p>	<p>Supervisor de Control Documental</p>
<p>Supervisa a</p>	<p>N/A</p>
<p>Descripción General del puesto</p> <p>Se encargará de la revisión y control de los documentos recibidos por parte de los vendedores, así como de la verificación del buró de los posibles clientes para saber la capacidad de endeudamiento de cada uno.</p>	
<p>Descripción Específica del puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir y archivar en las carpetas correspondientes la documentación proporcionada por los vendedores ➤ Revisar que todos los contratos estén completos y debidamente llenados ➤ Revisar el buró de crédito de los clientes ➤ Obtener el NIP (Número de identificación personal) para planes prepago ➤ Comprobar precios de los servicios vendidos en los contratos realizados ➤ Elaborar informes de la actividad realizada 	
<p>Perfil de Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proactividad ➤ Trabajo en equipo ➤ Trabajo bajo presión ➤ Habilidades Comunicativas ➤ Orden ➤ Capacidad de aprendizaje 	
<p>Educación formal</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Bachiller 	
<p>Experiencia Laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 año en posiciones similares 	
<p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de office 	

	<p>Manual de Control Interno</p> <p>Puestos y Funciones</p>
6.6 Identificación del Cargo 6	
Nombre del cargo	Personal del Servicio al Cliente
Dependencia	Atención al Cliente
Reporta a	Gerente General
Supervisa a	N/A
Descripción General del puesto Persona encargada de la atención a los clientes en las instalaciones de la distribuidora que cumpla con la venta de servicios y productos que la distribuidora puede comercializar de la empresa CNT EP.	
Descripción Específica del puesto <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener limpia y ordenada las instalaciones de la distribuidora ➤ Recepción telefónica de quejas y reclamos ➤ Mantener un buen uso del uniforme asignado ➤ Asesorar a los clientes en la venta tanto del producto, servicio y en la manera correcta de utilizarlos. ➤ Responder por el desarrollo de las actividades realizadas ➤ Informar sobre las promociones que la CNT EP brinda a las distribuidoras ➤ Informar acerca de todo lo que ocurra tanto con los clientes como con la competencia ➤ Reportar diariamente sobre las actividades realizadas ➤ Llenar correctamente los formularios y el contrato ➤ Concretar la firma de los contratos con los clientes ➤ Obtener los documentos necesarios para respaldar la venta del servicio 	
Perfil de Competencias <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proactividad ➤ Trabajo en equipo ➤ Habilidades Comunicativas ➤ Orden ➤ Capacidad de aprendizaje 	
Educación formal <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Bachiller 	
Experiencia Laboral <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 año en posiciones similares 	
Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención al cliente ➤ Manejo de office 	








7. Normas y procedimientos Propuesto

- El presente Manual está diseñado con la finalidad de que la distribuidora pueda contar con un apoyo en las diferentes áreas que la integran, precisando la descripción de las actividades a realizarse; así como las normas y procedimiento a seguir.

Los procedimientos a realizarse son:

- Distribución de los catálogos de productos mensuales
- Contratación de personal de ventas
- Venta de servicios y productos CNT
- Validación e ingreso de contratos
- Capacitación de Vendedores
- Liquidación mensual de Servicios y Productos vendidos

7.1 Simbología utilizada

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio/Fin: Determina el inicio o fin de un proceso
	Actividad: Señala la realización de una actividad llevada a cabo en el proceso
	Decisión: Define una toma de decisión (SI/NO)
	Documento: Representa cualquier documento que se genera en la entrada o salida del proceso
	Conector: Da continuidad al diagrama de una página a otra
	Línea de flujo: Conecta a los símbolos indicando el direccionamiento del proceso
	Base de datos: Información en soporte digital



7.2 Procedimiento: Distribución de los catálogos de productos y servicios mensuales

Objetivo del procedimiento:

- Este procedimiento está diseñado con la intención de plantear un conjunto de acciones para que el catálogo de productos y servicios de la Distribuidora sea el indicado para potencializar los productos que dejan más ganancia a la empresa y a los vendedores

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
	Inicio	
Gerente General	Realizar requerimiento de catálogo	Requerimiento de catálogo
CNT	Distribuye los catálogos a sus distribuidoras	Catálogo CNT
Gerente General	Recibe los catálogos que envía CNT	
Gerente General	Se encarga de enviar la lista de catálogos al Jefe de Ventas para que lo analice	Lista de catálogo
Jefe de Ventas	Recibe y analiza los catálogos	
Jefe de Ventas	Elige los productos y servicios a los cuales van a enfocarse	
Jefe de Ventas	Elabora un informe de los productos que seleccionó	Informe de productos seleccionados
Jefe de Ventas	Convoca a una reunión al Gerente General para la aprobación de los productos seleccionados	
Gerente General	Si existe la aprobación continúa el proceso, y si no el jefe de ventas	

	realiza ajustes a la lista de selección	
Asistente de Control Documental	Elabora el catálogo con los productos y servicios seleccionados.	Catálogo de la Distribuidora
Jefe de Ventas	Realiza la reunión de comunicación con los vendedores, entrega de catálogos a los vendedores	
Jefe de Ventas	Realiza y envía informe de comunicación.	Informe de la comunicación catalogo
Gerente General	Recibe el Informe de la comunicación y el Catalogo de Ventas de la Distribuidora	
Gerente General	Almacena en la nube los documentos finales del Catálogo de la Distribuidora y del informe de la comunicación del catálogo	
	Fin	

Normas aplicables al procedimiento:

- El Gerente General debe hacer el requerimiento 5 días antes de que comience el mes siguiente
- El proceso debe estar terminado máximo a los 5 días.
- Todos los vendedores deben asistir a la capacitación.
- El catálogo final debe ser entregado a cada vendedor
- El catalogo debe tener el precio y las condiciones para adquirir cada producto, detallados de una manera clara.



7.3 Procedimiento: Contratación de personal de ventas

Objetivo del procedimiento:

- Este proceso es el conjunto de acciones que tiene por meta lograr contratar personal capaz, responsable y acorde con los valores de la empresa.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
	Inicio	
Jefe de Ventas	Realiza requerimiento de contratación de nuevo personal	Requerimiento de contratación de nuevo personal
Gerente General	Verifica la existencia de la vacante	
Gerente General	Si se aprueba se continúa con el proceso y si no se concluye con el proceso	
Jefe de Ventas	Elabora y publica el anuncio de la vacante	Anuncio de Vacante
Jefe de Ventas	Recibe las carpetas de los postulantes	
Jefe de Ventas y Gerente General	Analizan y preseleccionan las carpetas presentadas	
Jefe de Ventas	Convoca a entrevista a los candidatos	
Jefe de Ventas y Gerente General	Realizan la entrevista a cada uno de los candidatos	
Gerente General	Si acepta la contratación se continua el proceso, si no regresa al Jefe de ventas para una nueva	

	elaboración del anuncio de vacante.	
Jefe de Ventas	Comunicar a la persona que ha sido seleccionada	
Asistente de Control Documental	Redactar el contrato	
Gerente General y Vendedor	Firmar el contrato	
Asistente de Control Documental	Legalizar el contrato	Contrato
Asistente de Control Documental	Realiza y envía el informe del personal de ventas contratado al Jefe de ventas	Informe del personal de ventas contratado
Asistente de Control Documental	Los documentos Informe del personal de ventas contratado y el contrato son almacenados en la nube	
Jefe de Ventas	Recibe el informe del personal de ventas capacitado	
	Fin	

Normas aplicables al procedimiento:

- El anuncio de la vacante debe hacerse por medio de páginas web
- Se necesita que los candidatos a vendedores tengan experiencia en ventas
- Las personas contratadas no deben tener antecedentes policiales
- Las vacantes deben ser consideradas en función del beneficio económico de la empresa.
- Los vendedores deben aprobar las pruebas de capacitación.
- Se debe legalizar los contratos en 10 días máximo ante un notario y notificarlo al Ministerio de Trabajo.



7.4 Procedimiento: Venta de servicios y productos CNT

Objetivo del procedimiento:

- Este proceso es el conjunto de acciones que tiene por meta realizar una venta y que esta sea de calidad y conforme a las necesidades del cliente y los procedimientos de CNT.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
	Inicio	
Cliente	Requerimiento de producto o servicio	
Vendedor	Brinda las opciones a través del catálogo de la distribuidora	
Cliente	Selecciona lo que necesita	
Vendedor	Solicita el número de cédula del cliente y procede a pedir la firma de autorización de consulta de buró del cliente	Autorización
Vendedor	Se comunica con el asistente de control documental y solicita verificación del buró	
Asistente de Control Documental	Verifica y envía al vendedor el monto máximo al que puede tener crédito el cliente	Doc. Capacidad de endeudamiento del cliente
Vendedor	Informa al cliente cual es el monto máximo	
Asistente de Control Documental	Si el cliente decide acceder al producto o servicio se continúa con el proceso y si no se concluye el mismo.	

Vendedor	Pide los documentos necesarios al cliente para adjuntar al contrato	
Cliente	Entrega los documentos	Documentos Solicitados
Vendedor	Realiza el llenado del contrato	
Vendedor	Pide al cliente la firma	
Vendedor	Se envía el contrato original a los asistentes de control documental y al cliente una copia	Contrato
Asistente de control documental	El contrato es almacenado en la nube	
Cliente	Recibe la copia de contrato	Copia del contrato
	Fin	

Normas aplicables al procedimiento:

- Los vendedores no deben cambiar o modificar la información proporcionada por el cliente
- No se debe falsificar las firmas de los clientes.
- No intercambiar contratos de clientes entre los vendedores
- El vendedor es responsable de entregar información clara y veraz sobre los servicios y productos que ofrece CNT a través de la Distribuidora.
- Tomar una foto al Cliente firmando el contrato y enviar a asistente de control doc.
- El vendedor siempre se tendrá que identificar con el cliente a través de una credencial entregada por CNT.
- El vendedor no deberá utilizar la información proporcionada por el cliente para ninguna otra razón que no sea de la contratación del servicio o producto CNT
- El vendedor será responsable de la entrega de los productos al cliente proporcionados por la Distribuidora.
- Para el llenado de los contratos se debe utilizar únicamente los esferos entregados por el Jefe de Ventas
- El vendedor deberá coordinar con el Jefe de ventas en qué punto realizará su trabajo en campo.



7.5 Procedimiento: Validación e ingreso de contratos

Objetivo del procedimiento:

- Este proceso nos muestra cuales son las acciones a seguir para validar los contratos e ingresar al sistema de CNT sin ningún error y que estos puedan darse como válidos.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
	Inicio	
Asistente de Control Documental	Recibe los contratos concretados	
Asistente de Control Documental	Verifica si los contratos están correctamente llenados	
Asistente de Control Documental	Si están correctamente llenados continúa con el siguiente paso, si no regresa al vendedor para que realice las correcciones respectivas	
Vendedor	Corrige los contratos y los envía al asistente de control documental para su revisión	Contratos corregidos
Asistente de Control Documental	Verifica si el buró crediticio coincide con el monto que está establecido en el contrato	
Asistente de Control Documental	Si el monto coincide con lo establecido en el contrato se continúa con el siguiente paso, y si no se comunica al vendedor que se anula	

	el contrato y se termina el proceso	
Asistente de Control Documental	Revisa los documentos adjuntos al contrato	
Asistente de Control Documental	Si los documentos adjuntos están completos se sigue con el proceso, sino se solicita al vendedor recopilar los documentos faltantes	
Asistente de Control Documental	Entrega el contrato al supervisor de control documental	Contrato revisado
Supervisor de Control Documental	Recolecta los contratos correctamente llenados	
Supervisor de Control Documental	Realiza un informe de todos los contratos a ser entregados a CNT	Informe de contratos
Supervisor de Control Documental	Envía a CNT un acta de entrega de contratos y lo almacena en la nube	Acta de entrega
Supervisor de Control Documental	Envía una copia de acta a los asistentes de control documental	Copia de acta de entrega
	Fin	

Normas aplicables al procedimiento:

- Cada contrato debe ser validado e ingresado a CNT en un periodo máximo de 5 días.
- Los físicos deber ser enviados máximo en un plazo de 3 días a CNT.
- Se debe verificar que los documentos sean los actuales.
- No se debe perder los contratos ni los documentos adjuntos al mismo.
- Se debe verificar si el buró crediticio de cada cliente es mayor al monto contratado caso contrario se anulará el contrato
- No se debe aceptar contrato con manchones ni borriones



7.6 Procedimiento: Capacitación de Vendedores

Objetivo del procedimiento:

- Este proceso es el conjunto de acciones que tiene por objetivo lograr que los vendedores dominen las técnicas básicas de ventas, el proceso de venta, y que además brinden el mejor servicio a los clientes con los conocimientos adquiridos en las capacitaciones.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
	Inicio	
Gerente General	Realizar requerimiento de capacitación	Requerimiento de capacitación
Jefe de Ventas	Realiza una reunión con el grupo seleccionado de vendedores	
Jefe de Ventas	Describe las funciones a cumplir de cada vendedor	
Jefe de Ventas	Indica los documentos que se necesitan de los clientes para cada producto o servicio CNT	
Jefe de Ventas	Enseña el correcto llenado de los contratos	
Jefe de Ventas	Indica técnicas de venta	
Jefe de Ventas	Realiza evaluaciones sobre lo aprendido	Evaluación
Vendedores	Ejecutan las evaluaciones entregadas	
Jefe de Ventas	Si pasa la evaluación se continúa con el siguiente paso, sino	

	finaliza el procedimiento	
Jefe de Ventas	Integra al vendedor con el grupo de trabajo	
Jefe de Ventas	Entrega los respectivos uniformes y materiales	
Jefe de Ventas	Realiza y envía un informe y lista de vendedores capacitados	Informe y Lista de Vendedores Capacitados
Gerente General	Recibe la Lista de Vendedores Capacitados y lo almacena en la nube.	
	Fin	

Normas aplicables al procedimiento:

- La capacitación debe ser brindada a un mínimo de 5 y un máximo de 10 personas
- Se deberá asistir puntualmente a todas las capacitaciones que brinde la empresa
- Las capacitaciones se realizarán mensualmente
- Las evaluaciones a los vendedores se realizarán terminada la capacitación
- Solo los vendedores que aprueben la evaluación de las capacitaciones podrán realizar el trabajo de ventas solos.
- Los vendedores solo podrán rendir 2 veces las evaluaciones.



7.7 Procedimiento: Liquidación mensual de servicios y productos vendidos

Objetivo del procedimiento:

- Este proceso es el conjunto de acciones que tiene por meta determinar según el contrato el número de ventas concretadas durante el mes, además la CNT tiene que validar esta información para que la empresa pueda facturar el trabajo realizado.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
	Inicio	
Gerente General	Realiza requerimiento de liquidación	Requerimiento de liquidación
Supervisor de Control Documental	Reúne todas las actas de entrega del mes	
Supervisor de Control Documental	Realiza la liquidación mensual de contratos y envía a CNT	Liquidación Tentativa
CNT	Si se aprueba el acta, se continúa con el siguiente paso, caso contrario regresa al Supervisor de Control Documental para correcciones	
CNT	Envía documento de aprobación con el monto a facturar al Supervisor de Control Doc.	Documento de aprobación de la liquidación
Supervisor de Control Documental	Emite factura	Factura
CNT	Paga la factura	
Supervisor de Control Documental	Paga impuestos, se genera un informe final de liquidación y se lo envía al Gerente General	Informe final de liquidación

Supervisor de Control Documental	Almacena en la Nube el informe final de liquidación	
Gerente General	Recibe Informe de Liquidación	
	Fin	

Normas aplicables al procedimiento:

- Hasta los 5 primeros días del mes siguiente el supervisor de control documental debe entregar la Liquidación tentativa mensual a CNT
- El mismo día que CNT envía el documento de aprobación de la liquidación el supervisor de control documental debe emitir la factura y enviarla a CNT para agilizar el pago.
- El supervisor de control documental debe declarar los impuestos en los plazos determinados por la ley.



8. Políticas

Las disposiciones que se presentan en este manual serán adoptadas por todas las personas que se encuentren vinculadas a la empresa.

Política de Asistencia del personal

- El horario de trabajo será:
Ingreso: 8:00 am
Almuerzo: 40 min
Salida: 17:00 pm
- * Excepción de los vendedores y del jefe de ventas, quienes deberán acudir los días sábados y domingos de ser el caso. Sin extenderse de las 40 horas laborables
- Todo el personal deberá firmar una hoja de ingreso con la hora de llegada y la hora de salida.
- * Para el caso de los vendedores, la hoja la podrán llenar en la mañana en las mismas instalaciones de la empresa y en la tarde la hora de salida será monitorizada por el jefe de ventas.

Política de conducta del empleado

- No se podrá consumir sustancias psicotrópicas en los lugares de trabajo
- Se deberá presentar siempre con el respectivo uniforme y conservar el buen uso del mismo
- Mantener el área signada limpia y ordenada
- Tener un buen trato con los clientes

Política de entrega de catálogos, contratos y stands

- La entrega de catálogos, contratos y stands únicamente se hará en la oficina de la empresa, por lo que los vendedores deberán acudir a retirarlos.

- Cada vendedor contará con 2 catálogos mensuales, los mismos que serán entregados por el Jefe de Ventas
- A cada vendedor se le entregará 30 contratos inicialmente y de ser el caso, se le proveerá de más contratos oportunamente.
- Los stands serán entregados dependiendo de las actividades a realizar durante un determinado tiempo, esto será responsabilidad de los vendedores y del jefe de ventas.
- El jefe de Ventas priorizará los sitios en los que se ubicará cada uno de los stands.

Política de pagos

- Los sueldos se pagarán dependiendo del puesto que ocupen cada uno de los trabajadores
- Se manejará una política de pagos mensual para todos los colaboradores de la empresa
- Los empleados deben elevar sus consultas e inquietudes relacionadas con el pago a su jefe inmediato
- Las comisiones sólo las recibirán el jefe de ventas y los vendedores dependiendo de las ventas realizadas. Éstas se cobrarán inmediatamente después de que hayan sido cancelados los contratos por CNT.
- El porcentaje de las comisiones variará mensualmente de acuerdo a las comisiones pagadas a la distribuidora por CNT.

Política de precios

- Se mantendrán los precios establecidos por la CNT

Política de manejo de información

- No divulgar información comercial acerca de la empresa como:
- Listas de clientes con su respectiva información
- Procesos computarizados
- Estrategias de comercialización
- Toda la información se la manejará por medio del correo institucional
- Toda la información será archivada en la base de datos de la distribuidora

* Todos los empleados deben firmar un acuerdo de no divulgación como condición de empleo

Política de control de reportes

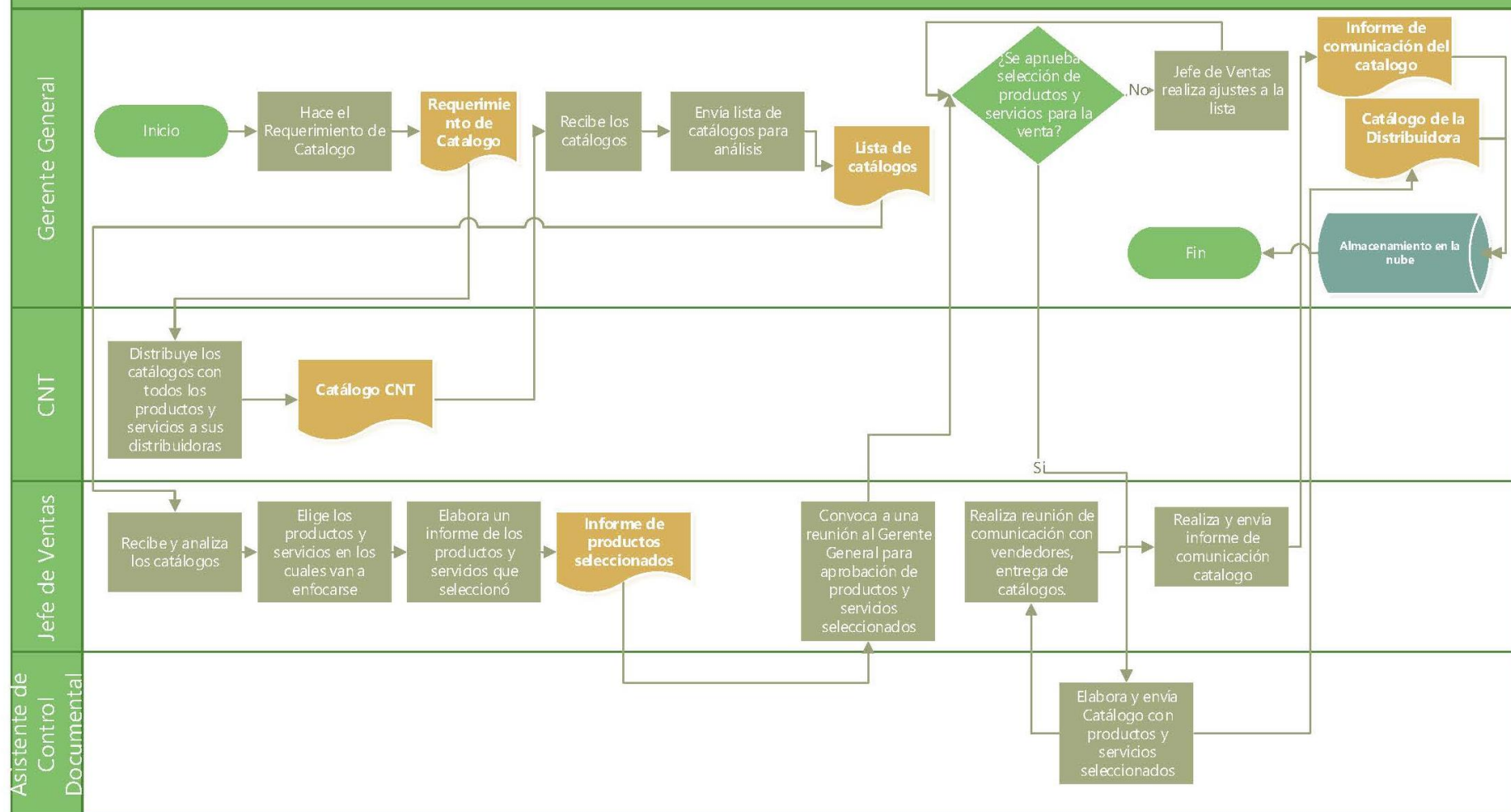
- Los pronósticos de ventas se deben presentar mensualmente por parte del Jefe de Ventas al Gerente General
- Las reuniones se las realizará mensualmente
- Se realizará un control semanal de las pertenencias que tiene la distribuidora

Política de entrega de productos a los clientes

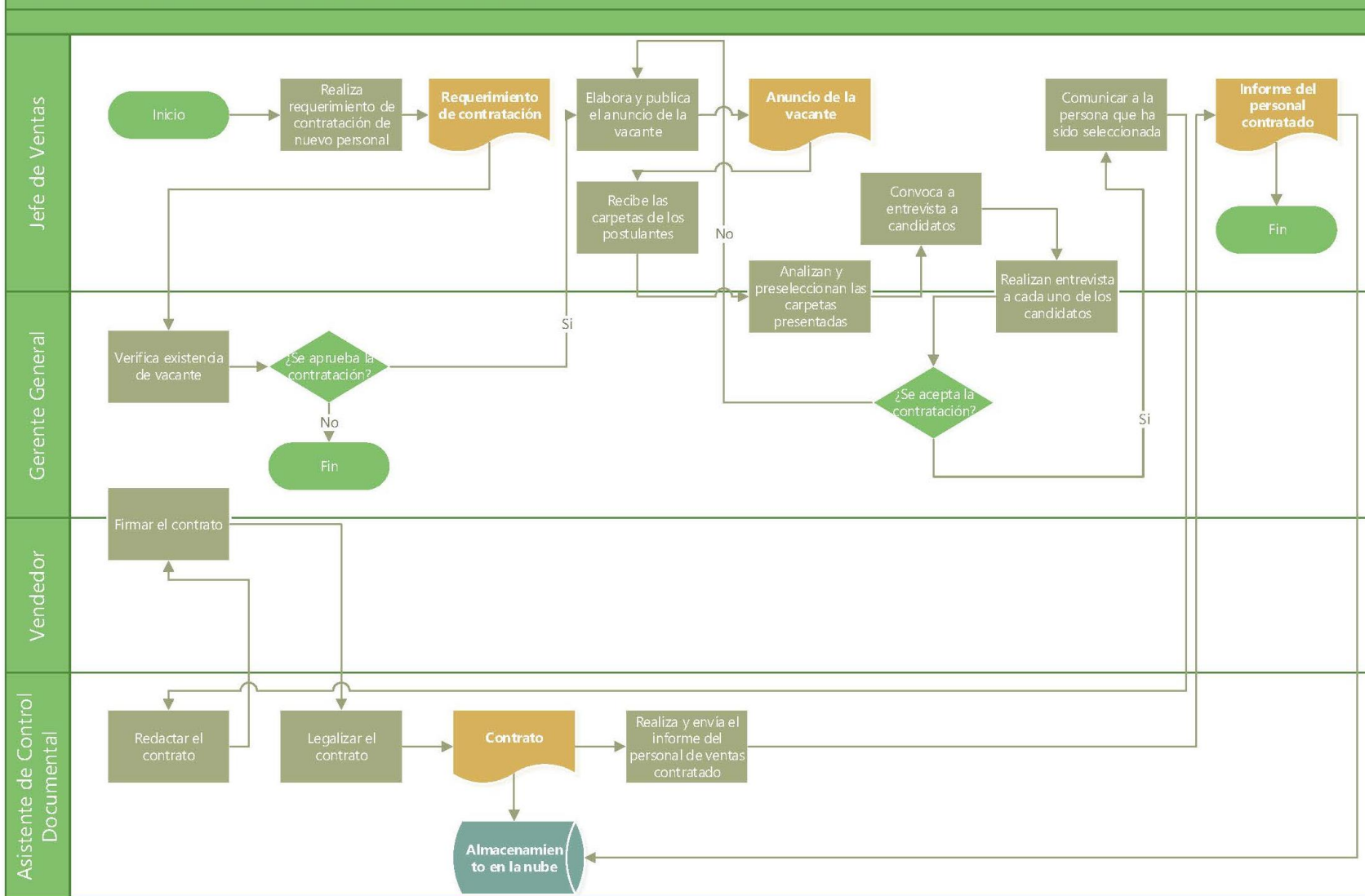
- Todos los productos requeridos por el cliente serán despachados desde la oficina de la distribuidora por parte del personal de atención al cliente a un agente del courier contratado.
- * Para dichos despachos se hará una previa confirmación con el cliente

Elaborado por: Andrea Mancheno	Revisado por: Albina Yáñez <u>Gerente General</u>	Aceptado por: Albina Yáñez <u>Gerente General</u>
Fecha: 01-06-2016	Fecha: 01-06-2016	Fecha: 01-06-2016

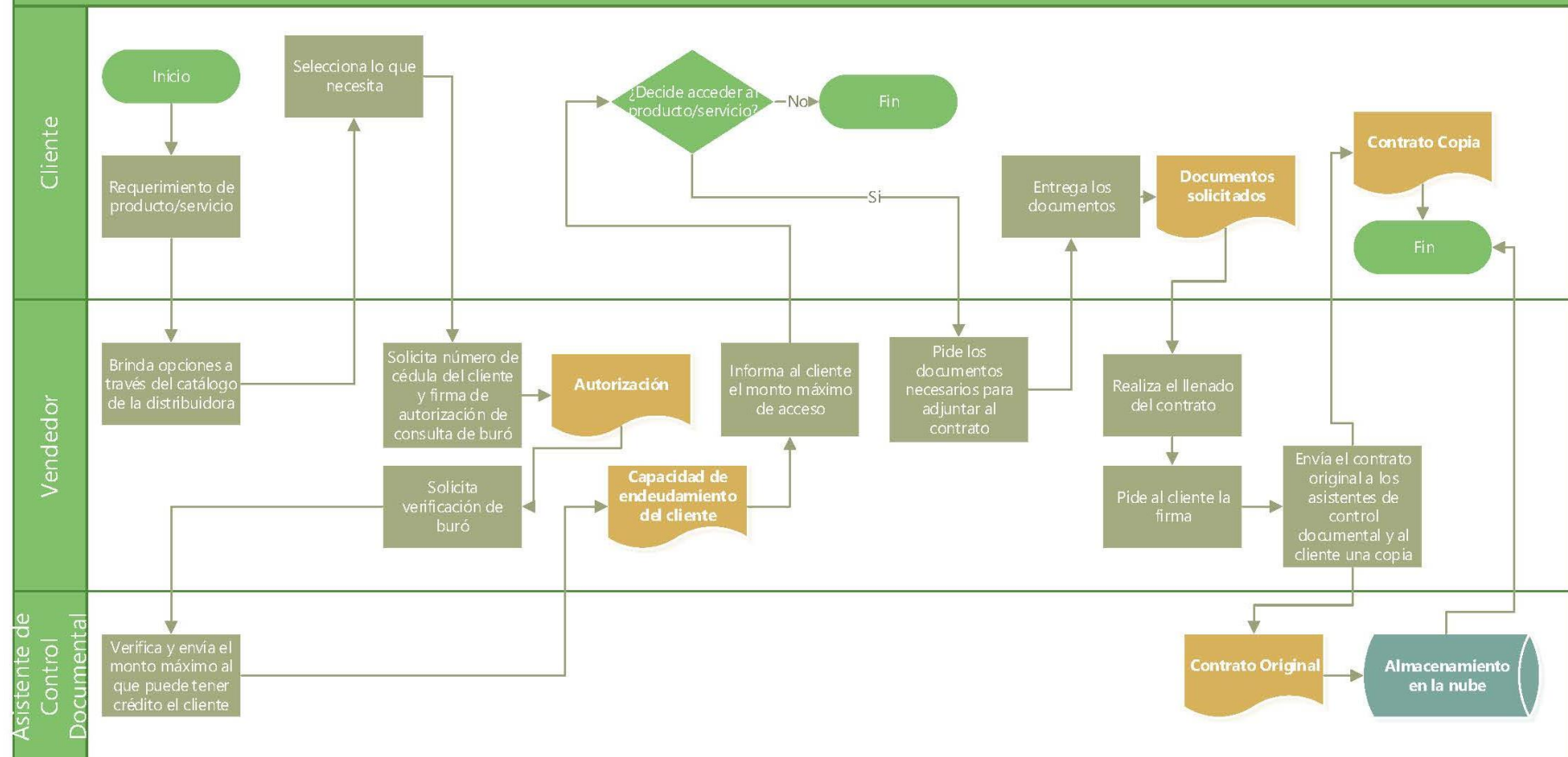
DISTRIBUCIÓN DE CATÁLOGOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS MENSUALES



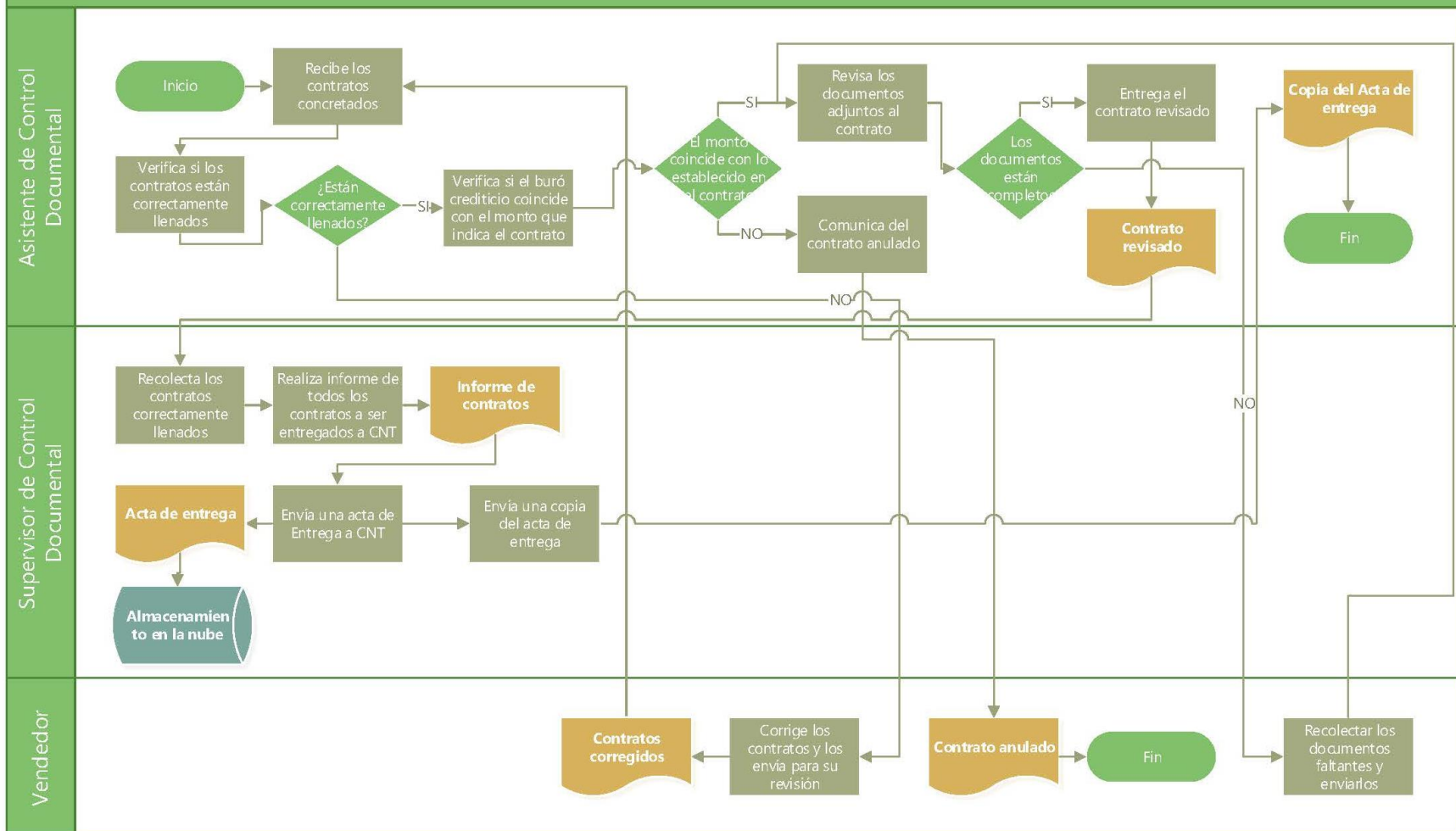
CONTRATACIÓN DE PERSONAL DE VENTAS



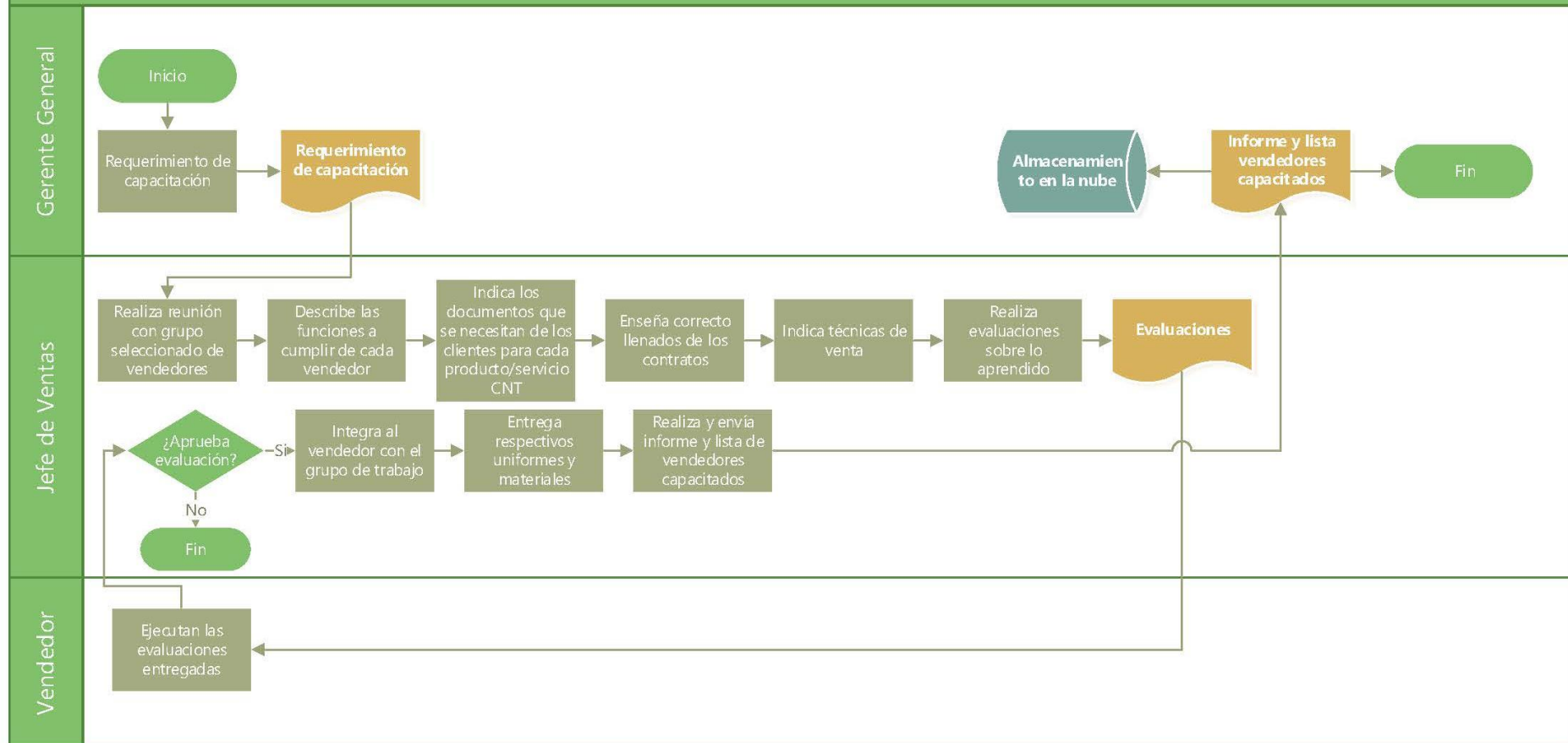
VENTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS CNT



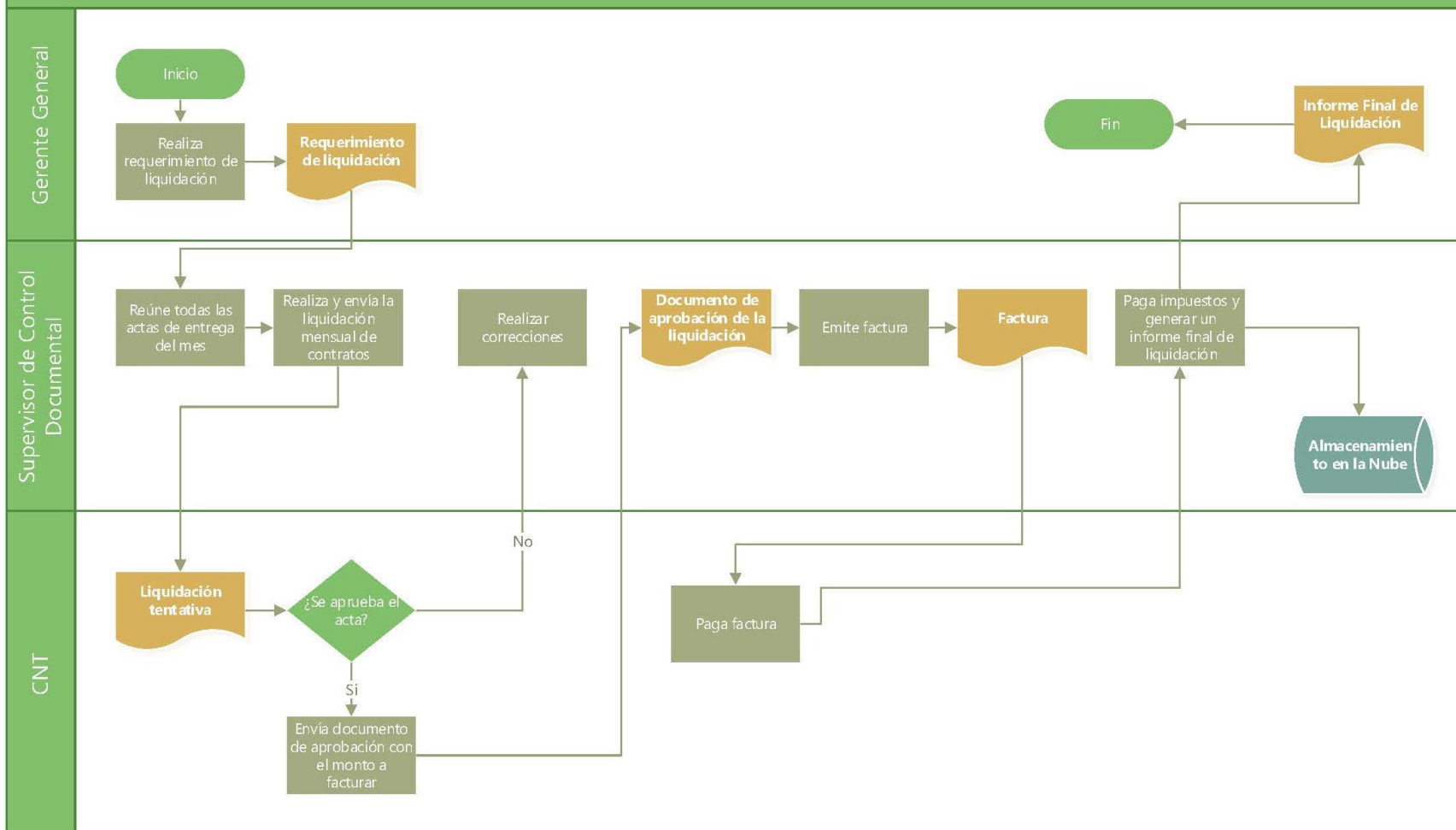
VALIDACIÓN E INGRESO DE CONTRATOS



CAPACITACIÓN DE VENDEDORES



LIQUIDACIÓN MENSUAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS VENDIDOS



ENTREVISTA

1. ¿La Distribuidora ha hecho los análisis respectivos para la toma de sus decisiones?

No, lastimosamente nosotros nos manejamos sin ninguna planificación, por lo tanto, no se realiza ningún análisis y toda la toma de decisiones se basa en la experiencia que nosotros tenemos en el negocio.

2. ¿Cree que la distribuidora tiene una buena organización?

Si, contamos con un organigrama estructural y flujograma de los procesos, pero se los ha realizado de manera general, creo que nos ha faltado detallar más ampliamente los procesos.

Además, considero que falta establecer procedimientos para los procesos que tenemos.

3. ¿Considera que los procedimientos que se efectúan en la distribuidora se realizan de manera efectiva?

No, creo que no aprovechamos todos los recursos y muchas veces se realiza actividades a destiempo.

4. ¿Cuáles considera que son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa?

Fortalezas: Experiencia en el sector de las telecomunicaciones

Debilidades: No se cuenta con cobertura nacional

Oportunidades: La competencia se enfoca en centros comerciales

Amenazas: La competencia cuenta con experiencia en el mercado

5. ¿Cuáles son los riesgos a los que se encuentra expuesta la distribuidora al realizar sus actividades diarias?

Considero que los riesgos son: pérdida de contratos, robo o pérdida de los equipos a entregar al cliente.

6. ¿Existe algún plan de mitigación que se ha definido para los riesgos?

No, no tenemos mitigación para los riesgos, debido a que no se ha hecho un análisis de los mismos

CUESTIONARIO

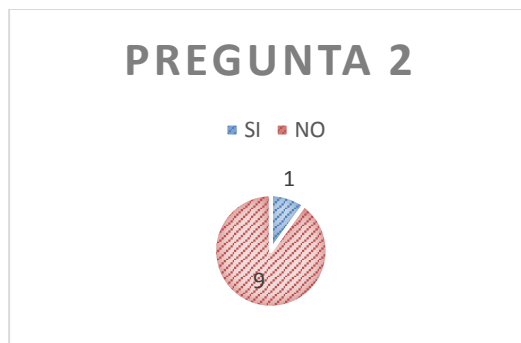
CUESTIONARIO PARA TODAS LAS AREAS DE LA DITRIBUIDORA			
Motivo:	Conocer cómo se encuentra estructurada la distribuidora		
No	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿Se encuentran definidos: misión, visión, políticas, valores, objetivos?		
2	¿La distribuidora les ha informado acerca de lo que es correcto o incorrecto realizar?		
3	¿La distribuidora cuenta con un organigrama organizacional definido?		
4	¿Existe algún manual con las directrices acerca de las actividades a realizar?		
5	¿Las funciones y responsabilidades de sus colaboradores se encuentran claramente definidas?		
6	¿Se encuentran detallados los procedimientos que se deben seguir para cada proceso?		
7	¿Se ha definido claramente a quien se debe realizar reportes?		
8	¿Las actividades de la Distribuidora son planificadas?		
9	¿Se mantiene una buena comunicación interna?		
10	Se lleva algún tipo de control interno?		

TABULACIÓN

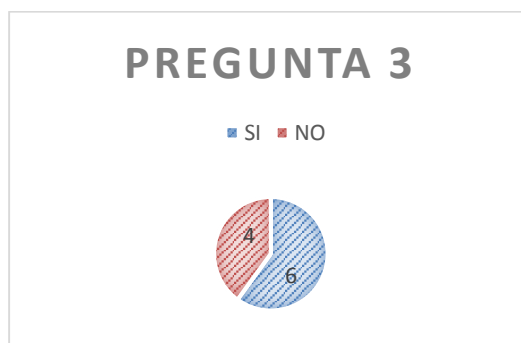
1. ¿Se encuentran definidos: misión, visión, políticas, valores, objetivos?



2. ¿La distribuidora les ha informado de lo que es correcto e incorrecto realizar?



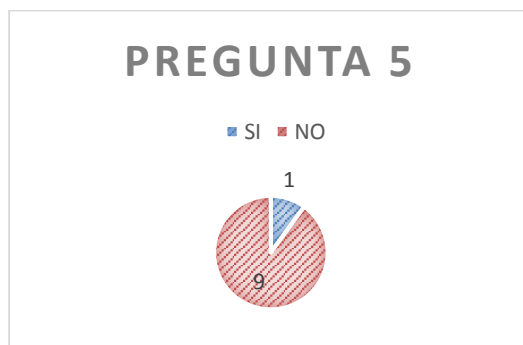
3. ¿La distribuidora cuenta con un organigrama organizacional definido?



4. ¿Existe un manual con las directrices acerca de las actividades a realizar?



5. ¿Las funciones y responsabilidades de sus colaboradores se encuentran claramente definidas?



6. ¿Se encuentran detallados los procedimientos que se deben seguir para cada proceso?



7. ¿Se ha definido claramente a quien se debe realizar reportes?



8. ¿Las actividades de la Distribuidora son planificadas?



9. ¿Se mantiene una buena comunicación interna?



10. ¿Se lleva algún tipo de control interno?



ANEXO 01
"CONDICIONES ECONOMICAS"
AL CONTRATO DE SUBDISTRIBUCION

CAPITULO I
CONSIDERACIONES PARA EL CALCULO DE RETRIBUCION ECONOMICA

1. INTRODUCCIÓN

El presente anexo ha sido elaborado para determinar los valores que cada SUBDISTRIBUIDOR debe recibir mensualmente por concepto de retribución económica por la comercialización de productos de la PROVEEDORA, así como los descuentos que deben aplicarse por diferentes conceptos establecidos en este anexo y en el contrato.

2. CONSIDERACIONES GENERALES PARA EL CÁLCULO DE CONDICIONES ECONÓMICAS

1. El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO enfocará su gestión comercial al segmento de mercado masivo y el que determine la CNT EP de acuerdo a sus estrategias comerciales.
2. Las condiciones establecidas en este Anexo no aplican para productos y activaciones en tecnología CDMA (1900 RED MOVIL).
3. La eventual terminación del contrato con el cliente (usuario final), pondrá fin a la relación cliente – CNT EP; mas no a la relación SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO- SILVERSMART; sin embargo la PROVEEDORA se reserva el derecho de aplicación de Charge Back (Devolución) sobre la permanencia del cliente en la CNT EP.
4. El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO no está facultado a realizar ofertas y promociones sobre los valores que se encuentran aprobados en la "Guía Comercial" o por la Gerencia Nacional Comercial, especialmente a nivel de derechos de inscripción como de pensión básica y/o cargo básico mensual establecidos para cada producto. El desconocimiento de dichos valores, no le exime de responsabilidad al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO sobre la comercialización errónea de cualquier producto, para lo cual se le aplicará las penalidades establecidas en este anexo.
5. El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO no está facultado a realizar ofertas y promociones sobre los valores establecidos tanto para derecho de inscripción como para pensión básica de los productos de la CNT EP; siempre estará sujeto a precios y promociones que la CNT EP establezca para cada producto. El desconocimiento de dichos precios, no le exime de responsabilidad al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO sobre la comercialización errónea de cualquier producto, para lo cual se le aplicará las penalidades establecidas en este anexo.
6. La PROVEEDORA tiene la obligación de entregar la publicidad que sea necesaria para que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO pueda realizar la

comercialización de los productos incluidos en la Guía Comercial y las promociones que se ejecuten para cada uno de estos; sin embargo, si no se entrega dicha publicidad, esta no es causal del no cumplimiento de metas.

7. Es obligación del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO entregar a la PROVEEDORA la documentación debidamente legalizada por el cliente, en el período estipulado por la CNT E.P y; en caso de no hacerlo el SUBDISTRIBUIDOR acepta la aplicación de penalidades estipuladas en este anexo.
8. Es obligación de la PROVEEDORA entregar el formato y diseño en medio magnético de los formularios necesarios para la gestión de venta a fin de que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO realice la comercialización de sus productos. El 100% del costo de impresión será asumido por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.
9. Las comercializaciones masivas serán ejecutadas por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO de acuerdo a las condiciones establecidas para cada producto en este anexo, siempre y cuando la PROVEEDORA en coordinación con las Agencias Regionales y Provinciales de CNT EP, lo solicite expresamente y contando con la aceptación del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.
10. Las comisiones y otros valores serán liquidados a cada SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO el mes siguiente a la activación de cada plan, producto y/o servicio especificado en este Anexo.
11. La incorporación de nuevos productos para la comercialización será realizada en base a la normativa y los procesos establecidos para el efecto por la CNT EP y de la notificación oficializada al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por parte del Administrador del Contrato.
12. Las metas para cada SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO serán fijadas conjuntamente por la Jefatura de Ventas de la PROVEEDORA, conforme el Procedimiento para Fijación de metas.
13. Los valores de comisión de este anexo, pueden ser modificados en sus coeficientes, de forma integrada por la PROVEEDORA, dichas modificaciones deberán ser comunicadas oportunamente a la CNT EP, para las gestiones correspondientes.

CAPITULO II

CONDICIONES ECONOMICAS PARA PRODUCTOS MÓVILES

1. INTRODUCCIÓN

Las condiciones establecidas para el pago de retribución económica por la comercialización de los productos móviles, se señalan en este capítulo.

1.1. Valores por comisión

Se determinan los porcentajes y/o coeficientes que se deben aplicar para la comisión por activación de productos móviles que constan en este anexo, de acuerdo a los planes determinados en la guía comercial:

- a) Pospago: Internt- Voz
- b) Servicios de Valor Agregado –

1.2. Descuentos por volumen de compra

Se determinan valores y porcentajes de descuento que tienen relación directa con el volumen de compras de:

- a) Tiempo Aire (Tarjetas, Pines, y Recargas Electrónicas)
- b) Sim Cards
- c) Equipos Terminales

1.3. Charge Back

El Charge Back que se aplicará a todos los valores pagados mensualmente a los SUBDISTRIBUIDORES AUTORIZADOS, considera los siguientes eventos generales detallados a continuación:

- a) Por retiro de la línea o servicios comercializados antes de que concluya el tiempo fijado en el plan contratado.
- b) Por tráfico detectado por la CNT EP como irregular o ilícito, y que se haya avalado por parte del organismo técnico de control.
- c) Por tráfico establecido como irregular o ilícito y reportado por el organismo técnico de control.
- d) Por incumplimiento de la condición establecida, para tráfico generado por líneas activadas.
- e) Por el incumplimiento de la normativa establecida por la CNT EP en relación a Control Documental.
- f) Por la materialización de alguna de las causales establecidas en los anexos adscritos al contrato y en el contrato suscrito por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO

Para efectivizar la devolución de valores, el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO deberá emitir una nota de crédito a favor de la PROVEEDORA por el valor que

corresponda a la devolución, haciendo referencia al número de factura sobre la cual aplica la misma.

2. VALORES POR COMISIÓN

2.1. PRODUCTOS PREPAGO

La comisión aplicable por la venta de productos prepago está directamente relacionada con la recarga mensual sin impuestos de cada PRODUCTO PREPAGO ACTIVADO.

Para el cálculo del valor recargado no se considerará valores asociados a: pasa saldo, bonos o incentivos al tráfico que se realicen, sino únicamente sobre el valor efectivamente recargado.

2.1.1. Comisión Líneas Voz Prepago

Se pagara mensualmente una comisión del 20% de las recargas sin impuestos realizadas desde el mes de la activación siempre que en el primer mes se realice una recarga mínima de 1 USD, durante 7 meses hasta un máximo de comisión de \$ 40 USD en los 7 meses. No se considera las recargas promocionales e iniciales.

2.2. PRODUCTOS POSPAGO

La PROVEEDORA, pagará al SUBDISTRIBUIDOR una comisión en función al cargo básico mensual (CBM) del plan contratado antes de impuestos, por cada Cliente activado en la red de CNT EP.

La CNT EP velará por el mantenimiento de un esquema equitativo y adecuado a las condiciones imperantes del mercado y segmentos que atiendan, en beneficio de la misma CNT EP y de la red de distribución.

Si se ACTIVAN planes conjuntos de voz, internet, y datos, cada ACTIVACIÓN comisiona por separado, de acuerdo a la comisión establecida para cada producto.

Los productos pospago deben cumplir con las condiciones de tráfico establecidas para cada producto. La CNT EP realizará la revisión de estas condiciones de tráfico de las líneas activadas (condiciones de llamadas realizadas) en el cuarto mes, considerando un período de tres meses desde que la línea fue activada y aplicará las condiciones de charge back establecidas en este capítulo luego de verificar el cumplimiento de las mismas en este período.

2.2.1. Comisión Pospago Internet - Voz Individuales Abiertos, Controlados y Portabilidad Pospago.

Esta comisión será pagada por **una sola vez**, para cualquier plan de producto pospago voz ya sea abierto o controlado o planes de voz de portabilidad

comercializado por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO que en el momento de cálculo se encuentre en estado activo.

En la siguiente tabla se especifica el coeficiente de comisión para cada uno de los Productos **Pospago Individuales LTE Abiertos, Controlados y de Portabilidad**:

CBM DEL PLAN ACTIVADO (SIN IMPUESTOS)		VALOR DE LA COMISION
DESDE	HASTA	
-	USD 29,99,00	1,88 CBM
USD 30,01	SUPERIOR	2,25 CBM

En la siguiente tabla se especifica el coeficiente de comisión para cada uno de los Paquetes de voz recurrentes en cualquier plan móvil LTE.

Paquetes	Coeficiente Comisión
5 a 10	0,75
20	1,125
30 a 50	1,5
75 a 200	1,5

Para el pago de comisiones cada activación debe registrar al menos una llamada sin costo, no se considerarán llamadas a números de emergencia, llamadas gratuitas, y de texto; esta condición podrá ser modificada por la PROVEEDORA la misma que será informada al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.

2.2.2 Comisión Pospago Internet Móvil

La comisión aplicable por la venta de productos pospago internet móvil, será pagada por **una sola vez**, por cada plan que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO haya comercializado y que conste registrado en el sistema informático de la CNT EP en el momento de cálculo.

PLAN	COEFICIENTE COMISION
LTE CONTROL 4G 29	2
LTE CONTROL 4G 39	2,4
LTE CONTROL 4G 49	2,4
LTE CONTROL 4G 95	2,8
LTE CONTROL 4G 140	2,8

2.3. SERVICIOS DE VALOR AGREGADO

2.3.3. Servicios de Datos + Voz para equipos inteligentes de última generación (LTE)

PLAN	COEFICIENTE COMISION
PAQ CTR D+V 500 MB	1,88
PAQ CTR D+V 1000 MB	1,88
PAQ CTR D+V 2000 MB	1,88
PAQ CTR D+V 3000 MB	2,25
PAQ CTR D+V 5000 MB	2,25
PAQ CTR D+V 9000 MB	2,25

2.4. Venta de Sim Cards

El descuento que se aplicará en la compras de sim cards (chips) será determinado por la PROVEEDORA y comunicado por los medios establecidos en el contrato; sin embargo, la PROVEEDORA comercializará este producto al PVP sin IVA que actualmente dispone y es el siguiente:

- CHIPS PREACTIVADOS SIN SALDO \$3,36
- CHISP PREACTIVADOS CON \$3,00 DE SALDO \$3,36
- CHIPS GENÉRICOS \$3,36*

Para el caso de promociones aplicables a portabilidad, la PROVEEDORA podrá determinar las condiciones económicas que se observarán en la venta de CHIPS GENÉRICOS.

*Por el valor del Chip genérico se emitirá con nota de crédito

3. CHARGE BACK PRODUCTOS POSPAGO

Este valor es el descuento que se aplicará al pago mensual realizado por concepto de valores pagados (comisión, y cualquier otro valor) a favor del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO en relación a planes pospago de voz, datos e internet.

La CNT EP identificará las causales imputables a la operación de la PROVEEDORA y las estrictamente relacionadas con el cliente para aplicación de Charge Back.

El Charge Back se aplicará de manera mensual bajo las siguientes condiciones:

3.1. Por Retiro

- a) Todos los valores pagados por cada activación serán devueltos al 100%, de aquellas activaciones cuyas causas sean imputables al cliente o se cambien a prepago en un periodo de 150 días posteriores a la activación.
- b) Si el retiro o cambio a prepago se realiza entre el día 151 al día 210 inmediatos siguientes a la activación, la devolución será del 80% a la PROVEEDORA.

- c) Si el retiro o cambio a prepago se realiza entre el día 211 al día 270 inmediatos siguientes a la activación, la devolución será del 50% la PROVEEDORA.
- d) Si el cliente dentro de los 180 días siguientes a la activación del plan, cambia a un plan pospago de menor valor del contratado inicialmente, se aplicará charge back sobre la diferencia del CBM contratado en igual proporción de la comisión ganada en el plan inicial. El valor del charge back será aplicado en el mes que se produzca la baja de plan.
- e) Si hasta el décimo día desde la fecha de activación, el contrato NO se encuentra legalizado, se aplicará la penalidad establecida en el "CAPITULO IV- PENALIDADES – "Por Control Documental", y si las líneas activadas se encuentran en el sistema informático como RETIRADO, se aplicarán las penalidades establecidas en el mismo capítulo "Por Retiro", adicional a la penalidad por control documental.

3.2. Por Tráfico

- a) Se aplicará el 100% de charge back a la comisión, presente o futuro y demás valores pagados, si se encontraran patrones de activación, tráfico o intenciones que la CNT EP u Organismos de Control califiquen como incorrectas, inadecuadas o fraudulentas y que atenten contra el buen desempeño del producto. Esto es que la PROVEEDORA no cancelará al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, valor alguno si se evidenciaren las prácticas antes descritas, no obstante poder proceder a la terminación del contrato, de conformidad con el contrato principal.
- b) El tráfico generado por línea activada se revisará en el cuarto mes desde el mes de activación del plan contratado; si no cumple con la condición establecida para cada producto, la PROVEEDORA, revisará si dicha línea se encuentra al día en pagos. En caso de no cumplir con estas condiciones se aplicará el 100% de charge back.
- c) Adicionalmente, la PROVEEDORA procederá con la suspensión definitiva del pago de valores correspondientes a comisiones, al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, para los casos en los que se evidencien las prácticas de tráfico ilícito o irregular descritas en el Capítulo II del presente anexo; no obstante PROVEEDORA podrá proceder a la terminación del Contrato de Subdistribución y/o Comercial de Productos y Servicios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP y /o Acuerdos Comerciales, de manera unilateral; de conformidad con lo estipulado en el mismo.

La PROVEEDORA se reserva el derecho de modificar en cualquier tiempo las políticas y en general todas las condiciones aplicables al charge back, obligándose a comunicar estas modificaciones al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, por cualquier medio y este a su vez remitir a la PROVEEDORA el acuse de recibido de la comunicación enviada.

El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO desde ya acepta incondicionalmente acatar y cumplir con las modificaciones que le fueran notificadas por la PROVEEDORA

3.3. Liquidación de valores de Charge Back

La PROVEEDORA se reserva el derecho de aplicar la devolución de pago (charge back) sobre cualquier valor pagado en el momento que identifique o que verifique un pago erróneo por concepto de comisión, mientras el contrato no haya sido liquidado.

Todos los valores que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO tenga que devolver a la PROVEEDORA por cualquier concepto se deberá cancelar mensualmente y al 100% considerando las siguientes alternativas:

- a) Mediante un cheque certificado a nombre de la PROVEEDORA del 100% del valor.
- b) Aplicar la devolución del total de valores adeudados por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO al resultado de comisión, o cualquier otro valor del mes mediante nota de crédito, si estos valores no cubren el total del valor adeudado, se debe emitir un cheque a favor de la PROVEEDORA por la diferencia.
- c) La PROVEEDORA queda autorizada a descontar el valor adeudado de cualquier valor que la PROVEEDORA adeude al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por cualquier concepto y en cualquier instancia. Adicionalmente, la PROVEEDORA, se reserva el derecho de aplicar la devolución de valores sobre cualquier pago erróneo cuando este se encuentre identificado por CNT EP.

En caso de que el SUBDISTRIBUIDOR no cancele los valores adeudados en el tiempo determinado, y siempre y cuando su deuda no supere el 50% de la garantía entregada, éste podrá negociar la forma de pago, quien no podrá otorgar un plazo superior a 90 días. Y, si supera el 50% se ejecutará las condiciones de la cláusula de **Terminación Contractual**.

La PROVEEDORA se reserva el derecho de modificar en cualquier tiempo la normativa y en general todas las condiciones aplicables a la devolución de estos valores, obligándose a comunicar las mismas al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO y éste desde ya acepta incondicionalmente acatar y cumplir estas condiciones y las que le fueran notificadas por la PROVEEDORA.

CAPITULO III

CONDICIONES ECONOMICAS PARA EL SERVICIO DE TELEVISIÓN POR SUCRIPCIÓN DTH MASIVO

1. INTRODUCCIÓN

La CNT EP ha establecido condiciones específicas para la comercialización del servicio de televisión pagada DTH, a través de combinaciones de planes de contenido (señales de audio y video) y servicios adicionales (decodificadores adicionales, garantía extendida, otros), detallados a continuación:

Planes de Contenido:

PS: Plan Súper
ST: Super Total
MCSD: Plan Movie City Standard Definition
MCHD: Plan Movie City High Definition
PHD: Plan Plus HD

Planes/Paquetes	(CBM)
Plan Súper + Plan Total Plus	\$ 25,00
Plan Súper + Plan Fox +	\$ 25,00
Plan Súper + Plan Fox + Plan Total Plus.	\$ 35,00
Plan Temático HBO 1: Plan Súper + Plan HBO Max Digital.	\$ 25,00
Paquete Temático HBO 2: Plan Súper + Plan Temático HBO + Plan Total Plus.	\$ 35,00
Plan Entretenimiento: Súper + Plan Fox Mini	\$ 17,00
Paquete Adultos: Plan Súper + Play Boy.	\$ 20,50

Servicios Adicionales	Precio antes de imp
Decodificador Adicional SD	\$6,00
Decodificador Adicional HD	\$10,00
Garantía SD	\$2,00
Garantía HD	\$4,00

Servicios Adicionales:

Decodificadores Adicionales: contratados como adicionales al decodificador principal. Cada contrato podrá tener un número determinado de decodificadores con un máximo de tres adicionales y un principal.

Garantía Extendida: es un servicio adicional que el cliente podrá contratar con el fin de salvaguardar los equipos que son de propiedad de CNT EP y que se han entregado al cliente mientras dure la contratación del servicio de televisión por suscripción. La misma que se ha diferenciado por la versión de equipos asignados a su contrato. (versión estándar/SD o alta definición/HD).

La oferta del producto de televisión por suscripción podrá ser actualizada conforme requerimientos de CNT EP; ajustes que serán informados al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO a su debido tiempo.

CNT EP se reserva el derecho de rechazar las solicitudes de activación de clientes registrados por los SUBDISTRIBUIDORES AUTORIZADOS, en cuyos casos no

cumplan con las condiciones establecidas para la activación del servicio de televisión por suscripción DTH.

LA PROVEEDORA pagará las comisiones establecidas en el presente anexo considerando las ventas reales (servicios de televisión por suscripción en estado activo) efectuadas por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.

2. PLANES DTH STANDAR DEFINITION

2.1. COMISIONES PARA PLANES EN DEFINICIÓN ESTANDAR (SD)

Las comisiones en **planes SD** se han establecido en relación a las combinaciones contratadas por el cliente, detalladas a continuación:

Planes/Paquetes	CBM	Comisión (CBM)
Plan Super + Plan Total Plus	\$ 25,00	0,75
Plan Super + Plan Fox +	\$ 25,00	1,50
Plan Super + Plan Fox + Plan Total Plus	\$ 35,00	1,13
Plan Tematico HBO 1: Plan Súper + Plan HBO Max Digital	\$ 25,00	1,50
Plan Tematico HBO 2: Plan Súper + Plan Tematico HBO + Plan Total Plus	\$ 35,00	1,88
Plan Entretenimiento: Plan Súper + Plan Fox Mini	\$ 17,00	1,13
Paquete Adultos: Plan Súper + Play Boy	\$ 20,50	1,13

Se pagará comisiones por combinación de planes siempre y cuando la combinación presente **por lo menos un decodificador adicional**.

2.2 Comisiones por Renta de Decodificadores Adicionales y Garantía Extendida Planes SD

Se establece comisiones por renta de decodificadores adicionales y garantías conforme se establece a continuación:

Planes/Paquetes	CBM	Comisión (CBM)	Comisión Decodificadores Adicionales		
			1	2	3
Plan Super + Plan Total Plus	\$ 25,00	0,75	0,75	1,13	1,50
Plan Súper + Plan Fox +	\$ 25,00	1,50	0,75	1,13	1,50
Plan Super + Plan Fox + Plan Total Plus	\$ 35,00	1,13	0,75	1,13	1,50
Plan Temático HBO 1: Plan Súper + Plan HBO Max Digital	\$ 25,00	1,50	0,75	1,13	1,50
Plan Temático HBO 2: Plan Súper + Plan Temático HBO + Plan Total Plus	\$ 35,00	1,88	0,75	1,13	1,50
Plan Entretenimiento: Plan Súper + Plan Fox Mini	\$ 17,00	1,13	0,75	1,13	1,50
Paquete Adultos: Plan Súper + Play Boy	\$ 20,50	1,13	0,75	1,13	1,50

Se pagará comisiones por garantía extendida para las combinaciones de los planes PS +SUPER TOTAL siempre y cuando la combinación presente por lo menos un decodificador adicional.

3. PLANES DTH ALTA DEFINICIÓN HD

3.1 COMISIONES PARA PLANES EN ALTA DEFINICIÓN (HD)

Las comisiones para **planes HD** se han establecido para siguientes combinaciones:

Planes/Paquetes	CBM	Comisión (CBM)
Plan Masivo HD: Plan Súper HD DVR + Plan Plus HD DVR	\$ 26,00	1,50
Plan HD 1: Plan Super + Plan Fox + Plan Plus HD DVR	\$ 36,00	1,875
Plan HD 2: Plan Súper + Plan Temático HBO + Plan Plus HD DVR	\$ 36,00	1,875
Plan HD 3: Plan Super + Plan Total Plus + Plan Plus HD DVR	\$ 36,00	1,875
Paquete Temático Fox HD: Plan Súper + Plan Fox + Plan Fox HD + Plan Plus HD DVR	\$ 39,00	2,25

Se pagará comisiones por combinación de planes siempre y cuando la combinación **presente por lo menos un decodificador adicional.**

3.2 Comisiones Renta de Decodificadores y Garantía Extendida Planes HD

Se establece comisiones por renta de decodificadores adicionales y garantías extendidas de acuerdo al siguiente esquema:

Planes/Paquetes	CBM	Comisión (CBM)	Comisión Decodificadores Adicionales		
			1	2	3
Plan Masivo HD: Plan Super HD DVR + Plan Plus HD DVR	\$ 26,00	1,50	0,375	0,375	0,375
Plan HD 1: Plan Super + Plan Fox + Plan Plus HD DVR	\$ 36,00	1,875	0,375	0,375	0,375
Plan HD 2: Plan Super + Plan Temático HBO + Plan Plus HD DVR	\$ 36,00	1,875	0,375	0,375	0,375
Plan HD 3: Plan Super + Plan Total Plus + Plan Plus HD DVR	\$ 36,00	1,875	0,375	0,375	0,375
Paquete Temático Fox HD: Plan Super + Plan Fox + Plan Fox HD + Plan Plus HD DVR	\$ 39,00	2,25	0,75	1,125	1,5

Se pagará comisiones por garantía extendida para las combinaciones de los planes siempre y cuando la combinación presente por lo menos un decodificador adicional.

4. Condiciones establecidas para el pago de comisiones por combinación de Plan Súper en versión estándar (SD)

La comisión que se pagará al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO inicia desde de 0,75 CBM mensual y el coeficiente de cada plan comercializado conforme la tabla presente en el numeral 1 del Capítulo III del presente anexo, bajo las siguientes condiciones:

La cantidad de planes activos en un mes de las siguientes combinaciones, considerando una relación igual o mayor **2 a 1**.

2 veces el grupo de las combinaciones: (Plan Súper SD + Plan Super + 1 deco adicional SD + Plan Súper SD + Total 2 + 1 deco adicional SD) = (Plan Súper SD + 1 deco adicional SD) + Plan Súper SD

5. Condiciones establecidas para el pago de comisiones por combinación de Plan Súper en alta definición (HD)

Se pagará Comisión desde 1,50 CBM mensual de cada plan comercializado conforme la tabla presente en el numeral 3 del Capítulo III del presente anexo, bajo las siguientes condiciones:

La cantidad de planes comercializados de las siguientes combinaciones, considerando una relación igual o mayor **3 a 1**.

3 veces el grupo de las combinaciones: (Ventas de Plan Súper SD + Super Total + Plan HD + 1 deco adicional HD ó SD) + (Ventas de Plan Súper SD + Super Total + Plan HD + 1 deco adicional HD ó SD)] = (Ventas de Plan Súper SD + Super Total + Plan HD)

6. CHARGE BACK PRODUCTOS DTH

Este valor es el descuento que se aplicará al pago mensual realizado por concepto de comisiones pagadas en planes versión estándar (SD), alta definición (HD) y sus diferentes comisiones por combinaciones, siempre y cuando las causales del retiro no se relacionen con fallas masivas en la prestación del servicio debidamente comprobada, verificada y definida por la CNT EP, y dadas a conocer al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO en el momento en que se produzcan las mismas, en los siguientes casos:

- a) Las comisiones y demás pagos establecidos serán devueltos en su 100% a la PROVEEDORA por parte del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, de aquellas activaciones que hubiesen sido canceladas por el usuario en un periodo de 160 días posteriores a la fecha de activación. La PROVEEDORA queda autorizada a descontar estos valores de cualquier valor que se encuentre pendiente de ser pagado al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.
- b) Si el retiro se realiza entre el día 161 al día 270 inmediatos siguientes a la venta, la devolución será del 50%. La PROVEEDORA queda autorizada a descontar

estos valores de cualquier valor que se encuentre pendiente de ser pagado al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.

- c) Si el cliente dentro de los 180 días siguientes a la activación de un plan HD, cambia a un plan SD de menor valor del contratado inicialmente, se aplicará charge back sobre la diferencia del CBM contratado en igual proporción de la comisión ganada en el plan inicial. El valor del charge back será aplicado en el mes que se produzca la cancelación o cambio del plan.

La PROVEEDORA se reserva el derecho de modificar en cualquier tiempo las políticas y en general todas las condiciones aplicables al charge back, obligándose a comunicar estas modificaciones al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, por cualquier medio. El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO desde ya acepta incondicionalmente acatar y cumplir con las modificaciones que le fueran notificadas por la PROVEEDORA.

6.1. Liquidación de valores de Charge Back

La PROVEEDORA, se reserva el derecho de aplicar la devolución de valores sobre cualquier valor pagado en el momento que identifique o que verifique un pago erróneo por concepto de comisión y demás, mientras el contrato no haya sido liquidado y sobre cualquier valor que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO tenga pendiente de pago por parte de la PROVEEDORA, mientras el contrato no haya sido liquidado.

Todos los valores que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO tenga que devolver a la PROVEEDORA por cualquier concepto se deberá cancelar mensualmente y al 100% considerando las siguientes alternativas:

- a) Mediante un cheque certificado a nombre de la PROVEEDORA del 100% del valor.
- b) Aplicar la devolución del total de valores adeudados por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO al resultado de comisión del mes mediante nota de crédito, si estos valores no cubren el total del valor adeudado, se debe emitir un cheque a favor de PROVEEDORA por la diferencia.
- c) La PROVEEDORA queda autorizada a descontar el valor adeudado de cualquier valor que la CNT EP adeude al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por cualquier concepto y en cualquier instancia.

En caso de que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO no cancele los valores adeudados en el tiempo determinado, y siempre y cuando su deuda no supere el 50% de la garantía entregada, éste podrá negociar la forma de pago con la PROVEEDORA, quien no podrá otorgar un plazo superior a 90 días. Y, si supera el 50% se ejecutará las condiciones de la cláusula de **Terminación Contractual** conforme el Contrato de Distribución y/o Comercialización de Productos y Servicios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP.

La PROVEEDORA se reserva el derecho de modificar en cualquier tiempo la normativa y en general todas las condiciones aplicables a la devolución de estos valores, obligándose a comunicar las mismas al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO y éste desde ya acepta

incondicionalmente acatar y cumplir estas condiciones y las que le fueran notificadas por la PROVEEDORA.

CAPITULO IV PENALIDADES

La PROVEEDORA aplicará al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, penalidades por incurrir en alguna infracción e incumplir las condiciones estipuladas en este anexo, de acuerdo a la siguiente tabla:

de acuerdo a la siguiente tabla.			
No.	INFRACCIONES	PENALIDADES	
Por la comercialización			
1	Alteración directa o indirecta de los precios y de las condiciones de venta establecidas por CNT EP.	\$1.000,00	a) Por cada activación y/o b) Terminación del contrato
Por control documental			
2	Si la PROVEEDORA detecta que en el sistema de control documental la información del cliente es errónea o incompleta se aplicará una multa equivalente al valor de la comisión según el producto		a) De acuerdo a la comisión
3	Si no se entrega físicamente y subsanado el Contrato de Prestación de Servicios y/o los Anexos del cliente en el décimo día a la PROVEEDORA, dichas activaciones no serán consideradas para pago de comisiones	\$5,00	Por cada contrato
4	Si no entrega el Contrato de Prestación de Servicios y/o los Anexos del cliente hasta los 3 meses luego de activado el servicio.	\$200,00	Por cada contrato

Por Retiro			
5	Si se detecta retiro de líneas hasta el décimo noveno día desde la activación del contrato y el contrato NO se encuentra legalizado.	1 CBM del Plan Activado	Por cada activación
6	Si el retiro se realiza a pedido del SUBDISTRIBUIDOR (logística inversa) hasta el décimo primer día del mes siguiente al mes de activación.	\$5,00	Por cada activación

Por Comportamiento del personal del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO			
7	Si en la CNT EP se recibe una denuncia por escrito de un cliente en el que se determine que el vendedor estaba bajo los efectos de alcohol y fármacos.	\$500,00	a) El SUBDISTRIBUIDOR deberá desvincular al personal involucrado. b) Si persiste una segunda vez la penalización al SUBDISTRIBUIDOR será de \$1.000,00
8	Si el SUBDISTRIBUIDOR tiene trabajando menores de edad, y por esta causa se produzca denuncias en contra de la CNT EP.	\$1.000,00	a) Y la subsanación de la denuncia si tiene consecuencias legales. b) Si persiste una segunda vez la penalización será de \$2.000,00
Por Imagen Empresarial			
9	El incumplimiento del contenido del Manual de Imagen Corporativa.	\$2.000,00	Por cada vez que se determine cualquier incumplimiento: a) Falta leve: llamado de atención verbal, formalizado con el llamado de atención por escrito. b) Falta Media: Segundo llamado de atención por escrito (reincidencia). c) Falta Grave: 3 llamados de atención por escrito. La administración determinará la terminación del Contrato.
10	Mal uso de los artes, logos y contenidos de los formularios digitales y formularios físicos entregados por la la PROVEEDORA.	\$1.000,00	Por cada vez que se determine cualquier incumplimiento: a) Falta leve: llamado de atención verbal, formalizado con el llamado de atención por escrito. b) Falta Media: Segundo llamado de atención por escrito (reincidencia). c) Falta Grave: 3 llamados de atención por escrito. La administración determinará la terminación del Contrato.
11	Incumplimiento de las obligaciones de exclusividad y manejo de marca cuando aplique.	\$5.000,00	a) Por cada incidencia, y/o, b) Registro de una falta grave
12	Incumplimiento de las disposiciones previamente notificadas.	\$500,00	a) Por cada incidencia, y/o b) Registro de una falta leve por cada incidencia
13	Acumulamiento de faltas		Terminación del contrato con 3 faltas graves, 5 faltas medias o 10 faltas leves, previo informe del administrador del contrato

En caso de que el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO incurra en dos o más infracciones o incumplimientos a la vez, se aplicará la penalización de mayor valor, si en la tabla no se especifica lo contrario.

Si las penalidades alcanzan un monto acumulado durante un año de USD 5.000,00 dólares, la PROVEEDORA se reserva el derecho de dar por terminado el Contrato sin lugar a ninguna indemnización a favor del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, y a su vez proceder a la ejecución de la Garantía.

El 100% de los valores incurridos en las penalidades debe ser cancelado por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO considerando las siguientes alternativas:

- a) Mediante un cheque a nombre de la PROVEEDORA por el 100% del valor penalizado.
- b) Aplicar descuento a los valores de comisiones del mes mediante nota de crédito, si estos valores no cubren el total de la penalización, se debe emitir un cheque a favor de la PROVEEDORA por la diferencia.
- c) Cruzar dicho valor con sus garantías y dar por terminado el contrato,

La PROVEEDORA queda autorizada a descontar el valor penalizado de cualquier valor que la PROVEEDORA adeude al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por cualquier concepto y en cualquier instancia conforme lo establecido.

CAPITULO V CONDICIONES GENERALES QUE SE APLICAN PARA EL CÁLCULO DE COMISIONES

1. DE LAS COMPRAS POR VOLUMEN

- a) El descuento que se aplica respecto al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por volumen de compra se realiza sobre el precio de venta al público antes de impuestos para cada producto.
- b) El descuento será determinado de acuerdo a la normativa de la PROVEEDORA y en base a la negociación puntual con el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.
- c) La PROVEEDORA no realizará pagos de comisión, cuando el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO obtiene un descuento en el monto de compra, dependiendo del producto que haya adquirido.
- d) La PROVEEDORA **NO** admitirá devoluciones de equipos, o cualquier producto adquirido salvo el caso de recojo de equipos establecido por la PROVEEDORA para actualización de inventarios.
- e) Se aplicará descuento para la comercialización de Productos Prepago, una vez que la PROVEEDORA verifique que los mismos no hayan pasado a ser Productos Pospago.
- f) En este Anexo, no se determina descuento por compra de Chips y/o Sim Cards. Si posteriormente la PROVEEDORA determina un descuento se informará al SUBDISTRIBUIDOR a través de los medios establecidos.

2. DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS

- a) La PROVEEDORA se reserva el derecho de modificar en cualquier tiempo las condiciones para el pago de comisiones, descuentos, y demás pagos, obligándose a comunicar estas modificaciones al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por cualquier medio de los señalados en el contrato. El SUBDISTRIBUIDOR

AUTORIZADO desde ya acepta incondicionalmente acatar y cumplir con las modificaciones que le fueran comunicadas por la PROVEEDORA.

- b) El valor de recargas no considerará: bonos promocionales o incentivos otorgados al cliente, cargas iniciales, pasa saldo entrante; sino únicamente sobre el valor efectivo de la recarga nominal realizada antes de impuestos.
- c) Para la venta de productos móviles, en cuyos casos se comercialicen planes conjuntos de voz y servicios de valor agregado (Servicio Blackberry), se pagará la comisión por separado, de acuerdo a valores establecidos para cada uno de ellos.
- d) El pago de facturas y valores a favor del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO serán efectuadas conforme las políticas internas establecidas por la PROVEEDORA.

3. DE LA IMPRESIÓN Y USO DE FORMULARIOS

Las ventas de los productos de la CNT EP no pueden detenerse por ningún concepto y mucho menos por la falta de material, el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO está obligado a realizar la impresión de los mismos, para lo cual:

- a) La PROVEEDORA proporcionará al SUBDISTRIBUIDOR en medio digital los logotipos, artes y contenidos de los formularios requeridos para el proceso de venta, conforme se establece en las obligaciones del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, literal 5.1.3 del Contrato de Distribución y/o Comercialización de Productos y Servicios de la SERVICONT CONSULTORES S.C. – SILVERSMART.
- b) El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO realizará, a su costo, la impresión de formularios respetando los formatos: contenido, logotipo, impresión en ambos lados, y demás que la CNT EP considere obligatorias y necesarias.
- c) Si es detectado por parte de la PROVEEDORA el mal uso de formularios, material, contenido y demás, se aplicará la penalidad correspondiente conforme se establece en el Capítulo IV del presente Anexo.

3. DE LOS RECLAMOS DEL SUBDISTRIBUIDOR

En caso de que el SUBDISTRIBUIDOR no esté de acuerdo con el resultado del cálculo de las comisiones, podrá presentar un reclamo a la PROVEEDORA, para que sea evaluado.

El reclamo podrá estar relacionado con el número de activaciones, con el código de vendedor o con el valor de la comisión calculada.

Si el reclamo presentado por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO involucra el descuento de una comisión asignada a otro SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, esta será descontada y compensada al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO que presentó el reclamo.

Es responsabilidad del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO ingresar correctamente los códigos de: SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, bodega, vendedor, productos entre otros, con la finalidad de evitar reclamos posteriores al cálculo; sin embargo de determinarse que el reclamo por la mala asignación de códigos es favorable su reclamo será atendido, bajo el siguiente procedimiento:

- ✓ El reclamo debe ser presentado hasta máximo 8 días posteriores a la entrega del cálculo mensual de comisiones.
- ✓ Si el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO no presenta un reclamo dentro de los 8 días siguientes al cálculo de comisión, la PROVEEDORA entenderá como aceptado el resultado de comisiones con las observaciones que se incluyan en este.
- ✓ Este reclamo debe estar dirigido a la Gerencia General quien analizará, sustentará y determinará si este es favorable o no, estos resultados serán validados por la Jefatura de Ventas.
- ✓ La Gerencia General elaborará un reporte único de reclamos favorables de todos los SUBDISTRIBUIDORES AUTORIZADOS, indicando el motivo del mismo, y entregará a Financiero hasta el quinto día de cada mes para ingresar los valores a ser reprocesados, adjuntando los sustentos respectivos.
- ✓ Los valores reclamados serán incluidos en el cálculo de las comisiones del mes siguiente.
- ✓ Si el reclamo fuera favorable, la PROVEEDORA liquidará dichos valores conforme a las condiciones establecidas en este Anexo según el producto.
- ✓ Si el reclamo no es favorable, el GERENTE deberá informar al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO por escrito que dicho reclamo no procede. Si el reclamo es favorable debe remitirse con las observaciones correspondientes a Rendimiento Comercial para que se realice el ajuste respectivo.
- ✓ Una vez recibida la notificación de respuesta al reclamo presentado por el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO, este no podrá volver a insistir por la misma reclamación.
- ✓ La presentación del reclamo no es condición determinante para la presentación de la factura por el valor resultante.

4. DE LA FACTURACIÓN

Para el pago de las comisiones, charge back y otros indicados en este Anexo y los que posteriormente comunique la CNT EP, el SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO deberá emitir la correspondiente factura y/o nota (as) de crédito correspondientes mismas que deberán cumplir con los requisitos establecidos por el SRI.

5. OTROS PRODUCTOS

La PROVEEDORA comunicará al SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO las comisiones correspondientes a nuevos productos de su portafolio, conforme la CNT EP determine su lanzamiento y comercialización. El SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO desde ya acepta incondicionalmente las comisiones comunicadas por la PROVEEDORA y reconoce que la comercialización de cualquier nuevo producto se refutará como aceptación tácita de la comisión indicada por la PROVEEDORA, sin derecho a reclamo posterior por parte del SUBDISTRIBUIDOR AUTORIZADO.

TÉRMINOS GENERALES

TERMINOS	CONCEPTO
Cargo Mensual (CBM)	Valor mensual sin impuestos que el cliente final paga por la contratación de un plan pospago.
Devolución de Comisiones o Charge Back.-	Es aquel valor que se le deduce al SUBDISTRIBUIDOR Autorizado por cada cliente provisto por él, que se haya desactivado.
Derecho de Inscripción	de Valor que el cliente paga por una sola vez por derecho de activación del servicio de telefonía fija y de internet fijo. El valor de este rubro será cero cuando la CNT defina promociones.
Equipo Terminal	Son equipos telefónicos o de computación y/o módems para uso de servicio de voz, internet y datos de productos móviles y fijos.
Internet Equipado	Producto que integra el servicio de internet fijo o móvil proporcionado por la CNT E.P, a un equipo de computación fijo o portátil.
Internet Móvil	El Internet móvil es un servicio de datos que te permite navegar en cualquier lugar donde la operadora de servicios móviles tenga cobertura.
Línea Activa (Telefonía Móvil)	Línea Activa es cuando el cliente puede hacer y recibir llamadas y enviar y recibir SMS. Esta línea cuenta con todos los servicios en plataforma y registra condiciones de tráfico.
Recarga Nominal	Monto en dólares neto adquirido y pagado por el cliente final e ingresado a la línea del cliente. No incluye bonos o promociones. Este valor incluye el IVA.
Recarga Neta	Monto en dólares neto sin IVA de la recarga nominal ingresada a la línea del cliente. Para efectos de pago de comisiones se denominará Recarga Neta.
Servicios de Valor Agregado:	Son servicios que van atados a una línea de voz activada, ya se móvil o fija
Sim Card:	Es una tarjeta inteligente desmontable usada en teléfonos móviles que almacena de forma segura la clave de servicio del suscriptor usada para identificarse ante la red.
Tráfico:	Toda emisión, transmisión o recepción de signos, señales, datos, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que se efectúe a través de una red de

telecomunicaciones.

Tiempo Aire: Aquel tiempo del que dispone un usuario o abonado del servicio móvil avanzado de la CNT EP para comunicarse con otras redes telefónicas fijas o móviles, o la propia red de la CNT EP pudiendo tener acceso a este ya sea mediante: la recarga de tarjetas inteligentes (tarjeta prepago), la adquisición de códigos digitales o pines de servicio móvil avanzados pre-pagados (pines electrónicos) y mediante acreditación directa de tiempo aire (recargas electrónicas)

Total de Ingresos Proyectados: Es la sumatoria de los CMB de la línea móvil activada por el número de meses del plan contratado.

Las Partes contratantes, se afirman y ratifican en el contenido de todas y cada una de las cláusulas del presente contrato, firmándolo para constancia por triplicado en:

En la ciudad de Santo Domingo, a 15 de Abril 2015.



CONTRATO DE SUBDISTRIBUCIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE SERVICONT CONSULTORES S.C.- SILVERSMART

Comparecen a la celebración del presente instrumento por una parte SERVICONT CONSULTORES S.C - SILVERSMART con número de RUC 1792130123001, debidamente representada por la señora LUDEÑA CARRION MELKISEDEK FERNANDO con cédula de ciudadanía número 110062255-2 en su calidad de Representante Legal quien en adelante se denominará LA PROVEEDORA y la señora YANEZ YANEZ ALBINA ELIZABETH DE LOS ANGELES portador del número de cédula 1705863981, a quién en adelante se denominará EL SUBDISTRIBUIDOR, quienes acuerdan celebrar el presente instrumento, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

CLAÚSULA PRIMERA: ANTECEDENTES.-

1.1 SERVICONT CONSULTORES S.C - SILVERSMART es una empresa privada domiciliada en la ciudad de Santo Domingo, creada y existente de conformidad con las leyes del Ecuador, dedicada a comercializar equipos y aparatos de comunicación además de ser Distribuidora Oficial de los servicios de telecomunicaciones que presta LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT – EP, conforme consta de la sumilla inserta en oficio GV-JCI-158-13 con fecha de aprobación 24 de abril del 2013.

CLAÚSULA SEGUNDA: DOCUMENTOS DEL CONTRATO.-

Forman parte integrante del Contrato de Distribución, los siguientes documentos:

- a) La oferta comercial presentada por el SUBDISTRIBUIDOR.
- b) El nombramiento de la Gerente General y representante legal de SERVICONT CONSULTORES S.C.- SILVERSMART
- c) La garantía presentada por el SUBDISTRIBUIDOR y aceptada por SERVICONT CONSULTORES S.C.- SILVERSMART
- d) Copia del Registro Único de Contribuyentes, RUC, del SUBDISTRIBUIDOR.
- e) Anexo 1 "Condiciones Económicas" al Contrato de Subdistribución.
- f) Anexo 3 "Instructivo para la Administración de Canales Indirectos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP."

CLAÚSULA TERCERA: INTERPRETACIÓN Y DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.-

3.1 Los términos del contrato deben interpretarse en su sentido literal, a fin de revelar claramente la intención de los contratantes. En todo caso su interpretación se rige por las siguientes normas:

- a) Cuando los términos estén definidos en este contrato, se atenderá su tenor literal.
- b) Si no están definidos se estará a lo dispuesto en el contrato en su sentido natural y obvio, de conformidad con el objeto contractual y la intención de los contratantes. De existir contradicciones entre el contrato y los documentos del mismo, prevalecerán las normas del contrato.
- c) El contexto servirá para ilustrar el sentido de cada una de sus partes, de manera que haya entre todas ellas la debida correspondencia y armonía.
- d) En su falta o insuficiencia se aplicarán las normas contenidas en el Código de Comercio y en la Codificación del Código Civil.

3.2 En caso de existir discrepancias entre el contrato y sus documentos, prevalecerán las normas del Contrato; de persistir las discrepancias se aplicarán de manera decreciente el siguiente orden de prelación:

3.2.1 El contrato; y,

3.2.2 Anexo 1 "Condiciones Económicas" al Contrato de Distribución.

De existir contradicciones entre los documentos del contrato, será la SERVICON CONSULTORES S.C., la que determine la prevalencia de un texto, de conformidad con el objeto contractual.

3.3 Definiciones: En el presente contrato, los siguientes términos serán interpretados de la manera que se indica a continuación:

Bono: Valor monetario que LA PROVEEDORA cancelará al SUBDISTRIBUIDOR por el cumplimiento efectivo de metas mensuales de los productos y servicios de la CNT EP, los mismos que se cancelarán al SUBDISTRIBUIDOR una vez que se determine que la CNT EP recaudó efectivamente dichos valores al cliente final, todo ello de acuerdo a las condiciones que constan en el Anexo respectivo.

Cargo Básico Mensual (CBM): Suma mensual sin impuestos que el cliente final paga por la contratación de un plan pos pago.

Catálogo de Productos y Servicios: Es el detalle del portafolio de productos y servicios de la CNT EP, que contiene las condiciones comerciales y regulatorias para la prestación de los servicios de telecomunicaciones y/o televisión.

Comisión: Es aquella cantidad que el SUBDISTRIBUIDOR percibe por concretar cada transacción comercial, y que corresponde a un porcentaje determinado sobre el importe total de la operación comercial.

Consumo: Suma en dólares efectivamente utilizado por el cliente final para el pago de servicios recurrentes, o compra de servicios.

Subdistribuidor: Es la persona natural o jurídica, que suscribe el presente contrato de subdistribución y es quien se obliga para con la PROVEEDORA a cumplir con todas las disposiciones previstas en la ley, así como las del presente contrato, o cualquier norma interna dispuesta para el efecto por la CNT EP.

Equipo Terminal: Se define por equipo terminal a los bienes o equipos para uso del servicio de telecomunicaciones y/o de televisión.

Fuerza de ventas externa.- Ejecutivos debidamente capacitados y aprobados por la PROVEEDORA que impulsarán la venta de sus productos y servicios, debidamente aceptados por escrito por las partes.

Línea Activa: La línea activa es: a) en el servicio móvil, cuando el cliente final puede hacer y recibir llamadas y enviar y recibir SMS. Esta línea cuenta con todos los servicios en plataforma; y, b) en el servicio fijo, cuando se da tono para recibir o realizar llamadas telefónicas.

Punto de Venta Propio y Monomarca: Es el local con imagen y venta de productos únicos y exclusivos de la CNT EP bajo la marca comercial "CNT EP", el mismo que deberá ser aprobado por la Proveedora y estar registrado con un solo código de bodega, que servirá de código matriz, respecto de los locales. Estos locales deberán estar rotulados con la marca comercial "CNT EP", con exclusividad de imagen, bajo estricto sometimiento a los términos y condiciones establecidos en el presente contrato.

Punto de venta Multimarca.- Es un local propio o arrendado sin exclusividad ni de imagen ni de venta de productos de la CNT EP.

Recarga Neta: Monto en dólares neto sin IVA de la recarga nominal ingresada a la línea del cliente. Para efectos de pago de comisiones se denominará Recarga Neta.

Recarga Nominal: Monto en dólares neto adquirido y pagado por el cliente final ingresado a la línea del cliente. No incluye bonos o promociones. Este valor incluye el IVA.

Sim Card: Es una tarjeta inteligente desmontable usada en teléfonos móviles, que almacena de forma segura la clave de servicio del suscriptor usada para identificarse ante la red, la cual debe pertenecer a la CNT EP.

Subdistribuidores: Son los socios comerciales del DISTRIBUIDOR que no tienen relación contractual de ninguna naturaleza con la CNT EP, pero que pertenecen a la red de ventas y canales de comercialización del Distribuidor Autorizado.

Tráfico: Toda emisión, transmisión o recepción de signos, señales, datos, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que se efectúe a través de una red de telecomunicaciones.

CLAÚSULA CUARTA: OBJETO DEL CONTRATO.-

El objeto del presente contrato es la subdistribución y/o comercialización de los productos y servicios de telecomunicaciones y televisión de la CNT EP, en todas sus formas de comercialización.

La PROVEEDORA bajo el presente objeto contractual autoriza al SUBDISTRIBUIDOR la distribución y/o comercialización de sus productos y servicios de telecomunicaciones y televisión para los segmentos establecidos por la CNT EP.

La PROVEEDORA está facultada a definir a su mejor criterio las estrategias comerciales para la gestión del servicio de telecomunicaciones objeto del presente contrato, frente a sus abonados, lo que incluye, entre otros, definición de marcas, productos, paquetes y tarifas, de conformidad con las disposiciones que para el efecto estén definidas por los organismos de regulación y control del Estado Ecuatoriano.

El SUBDISTRIBUIDOR acepta y se compromete a cumplir todas las condiciones del presente contrato, así como aquellas previstas en la Ley y demás normas o procedimientos previstos para el efecto por la PROVEEDORA.

Todos los productos y servicios que en virtud de este contrato fueren promocionados y comercializados directamente por el SUBDISTRIBUIDOR, se los realizará bajo los diseños de marcas, logotipos, nombres comerciales, lemas comerciales y signos distintivos propios de la PROVEEDORA, de acuerdo a sus políticas e instrucciones.

Atendiendo a que el objeto del presente Contrato comprende o puede comprender la utilización de hardware, software, infraestructura, equipos, servicios y contenidos provistos o entregados por la PROVEEDORA o terceros, entiende que estas tareas de integración, coordinación y ejecución necesarias y suficientes, podrán ser realizadas por el SUBDISTRIBUIDOR bajo los lineamientos de la PROVEEDORA.

El presente Contrato contiene el acuerdo de distribución y/o comercialización completo, y sustituye cualquier otro acuerdo o contrato previo, oral o escrito sobre esta materia; sin embargo la PROVEEDORA se reserva el derecho de realizar modificaciones mediante Anexos que formarán parte integrante del presente contrato, para lo cual la SERVICONT CONSULTORES S.C. autorizará a través de su Gerente General.

CLAÚSULA QUINTA: OBLIGACIONES DE LAS PARTES.-

5.1 OBLIGACIONES DEL SUBDISTRIBUIDOR:

5.1.1 EL SUBDISTRIBUIDOR cuando se trate de la comercialización de productos prepago pagará previamente a la(s) cuenta(s) que la PROVEEDORA fije para este efecto, el valor total correspondiente a los productos y servicios que le sean entregados para su comercialización. Sólo con el cumplimiento de esta obligación, la PROVEEDORA procederá a entregar o autorizar la entrega de dichos productos y servicios, así como de los bienes necesarios.

5.1.2 El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a cumplir con el presente contrato y sus anexos. La PROVEEDORA se reserva el derecho de modificar las condiciones previstas en los anexos, por necesidad regulatoria o legal.

5.1.3 El SUBDISTRIBUIDOR deberá llenar y completar de manera adecuada, según las instrucciones y en los formatos establecidos por la PROVEEDORA, los contratos y formularios que la CNT EP proporciona para la venta de sus productos y/o servicios, debiendo suscribirlos a nombre y en representación de la PROVEEDORA. En cumplimiento al Instructivo para la Administración de Canales Indirectos, deberá enviarlos por los medios electrónicos provistos para el efecto. En caso de incumplimiento de esta obligación, la PROVEEDORA no procederá a cancelar al SUBDISTRIBUIDOR valor alguno por este concepto, aplicando para el efecto la normativa antes citada.

5.1.4 En caso de perjuicios, acciones dolosas o fraudes ocasionados a la PROVEEDORA por incumplimiento de su normativa e instrucciones, por omisiones o por falta de diligencia o, por no completar o llenar correctamente los documentos y formularios, o por no verificar los datos o autorizaciones que se requieran previa a la venta y entrega de los productos y/o servicios, la PROVEEDORA multará al SUBDISTRIBUIDOR y no pagará los valores que por cualquier concepto correspondieren al SUBDISTRIBUIDOR hasta que se subsane el inconveniente.

5.1.6 El SUBDISTRIBUIDOR deberá cumplir siempre y en todo momento con todas las obligaciones de carácter legal, regulatorio, tributario de cualquier género, patronal,

seguridad industrial, salud ocupacional y todas las obligaciones previstas en la Ley y demás normativa aplicable.

5.1.7 El SUBDISTRIBUIDOR deberá asegurar que su fuerza de ventas hayan recibido un entrenamiento que garantice la obtención de la certificación como **"Vendedor Certificado"** del DISTRIBUIDOR. La PROVEEDORA, se reserva el derecho de verificar y supervisar las capacitaciones impartidas.

5.1.8 El SUBDISTRIBUIDOR deberá enviar al personal que determine de acuerdo a los cupos establecidos por la PROVEEDORA, a todas las capacitaciones a las cuales la PROVEEDORA lo requiera por escrito, las cuales serán brindadas por la PROVEEDORA u otros, con el fin de instruir a dicha fuerza de ventas sobre: productos, servicios, campañas, promociones, lanzamientos y otros.

5.1.9 El SUBDISTRIBUIDOR se obliga frente a la PROVEEDORA a verificar que los datos de su cliente, usuario o consumidor, estén completos, correctos y correspondan a los que constan en los documentos originales de identidad.

5.1.10 En ningún caso se procederá a vender equipos terminales y activar el servicio para un cliente cuyos datos y documentación presenten alguna duda sobre su veracidad o autenticidad; de ocurrir aquello, el SUBDISTRIBUIDOR asumirá todas las responsabilidades legales por acción u omisión que ello implique, pudiendo la PROVEEDORA proceder a aplicar las correspondientes sanciones previstas en el presente contrato, sin perjuicio del derecho de repetición contemplado en la Ley.

5.1.11 La activación de los servicios de telecomunicaciones y/o televisión, se sujetará al procedimiento establecido por la PROVEEDORA.

5.1.12 EL SUBDISTRIBUIDOR se obliga a ofrecer a los clientes, usuarios o consumidores, únicamente la información proporcionada por la PROVEEDORA, en el Catálogo de Productos o Servicios, sobre las condiciones comerciales y económicas. Queda expresamente establecido que el SUBDISTRIBUIDOR tiene la obligación de respetar las tarifas máximas aprobadas por el Ente Regulador. El SUBDISTRIBUIDOR asume la responsabilidad frente a toda la información distinta a la proporcionada por la PROVEEDORA que dé a conocer a los clientes;

5.1.13 El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a adquirir, arrendar y aperturar por lo menos un local propio Monomarca, para la distribución de los productos y servicios objeto del presente contrato, en un plazo no superior a treinta (30) días luego de suscrito el contrato. De no ejecutarlo en el tiempo y en las condiciones aquí establecidas, será y constituirá en incumplimiento del contrato.

5.1.14 El SUBDISTRIBUIDOR para el desarrollo de las actividades y funciones objeto del presente contrato debe generar bajo su única y exclusiva responsabilidad, Puntos de Venta Multimarca.

5.1.15 El SUBDISTRIBUIDOR no podrá trasladar, cambiar o modificar cualquiera de los locales en donde funcionen Puntos de Venta Monomarca, sin previa autorización por escrito de la PROVEEDORA.

5.1.16 Reportar a la PROVEEDORA en el formato definido por ésta, las operaciones realizadas durante el período que se le solicite y dentro del plazo establecido por la PROVEEDORA.

5.1.17 En los puntos de venta con imagen de la CNT EP monomarca, se deberá cumplir como mínimo, con el horario de atención definido por la PROVEEDORA.

5.1.18 Reportar a la PROVEEDORA con la periodicidad y en el formato definido por ésta, el stock de todos los productos de la CNT EP existente en sus Puntos de Venta. Adicionalmente el SUBDISTRIBUIDOR deberá permitir el acceso de la PROVEEDORA directamente o de quien ésta determine, para la verificación de dicho inventario, en el momento en que ésta lo disponga.

5.1.19 Mantener el stock mínimo de productos, establecido por la PROVEEDORA.

5.1.20 Brindar a los clientes, usuarios o consumidores los servicios post-venta, conforme lo determina el Instructivo, dado por la PROVEEDORA.

5.1.21 El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a realizar una verificación mensual de sus ventas con la finalidad de evitar un posible tráfico irregular, las cuales podrán ser objeto de auditoría por parte de la PROVEEDORA en cualquier momento y sin previo aviso. Para tal efecto se obliga a presentar los documentos, soportes y descargos en el momento y en las condiciones en que la PROVEEDORA le requiera.

5.1.22 El SUBDISTRIBUIDOR tiene la obligación de facturar todas sus ventas de acuerdo a lo que establece la ley.

5.1.23 Cuando el SUBDISTRIBUIDOR sea una persona jurídica, su representante legal tendrá la obligación de comunicar por escrito a la PROVEEDORA, de la cesión o transferencia de las acciones o participaciones, de los accionistas o socios, según corresponda. En caso de darse tal cesión, la PROVEEDORA se reserva la facultad de determinar si continúa manteniendo la relación contractual. De no cumplirse con esta obligación la PROVEEDORA estará facultada a dar por terminado anticipadamente el presente contrato. De igual forma deberá actuar el SUBDISTRIBUIDOR, en el caso de iniciar el trámite de disolución de la persona jurídica.

5.1.24 EL SUBDISTRIBUIDOR se compromete a adoptar las medidas necesarias tendientes al cumplimiento de lo dispuesto en la "Norma que Regula el Procedimiento para el Empadronamiento de Abonados del Servicio Móvil Avanzado (SMA) y Registro de Terminales Perdidos, Robados o Hurtados", así como de todas las Resoluciones que emita el Regulador.

5.1.25 EL SUBDISTRIBUIDOR se compromete a abstenerse de activar líneas a su nombre y con el mismo equipo; el uso de tal procedimiento, facultará a la PROVEEDORA cobrar las respectivas multas, terminar de manera anticipada el presente contrato, e iniciar las acciones legales que correspondan ante las autoridades de control y judiciales respectivamente.

5.1.26 EL SUBDISTRIBUIDOR, utilizará las herramientas que asigne la PROVEEDORA para verificar: datos y capacidad de pago del potencial cliente.

5.1.27 EL SUBDISTRIBUIDOR deberá a su costo realizar las inversiones necesarias para tener un software y hardware acorde a los requerimientos de la PROVEEDORA, en los cuales se incluirán las licencias respectivas de uso, canales de enlace entre otras funcionalidades propias en el mercado de las telecomunicaciones.

5.1.28 EL SUBDISTRIBUIDOR iniciará la preventa con la información de las características de los diversos planes objeto del presente contrato, al cliente final, las cuales constarán en el Catálogo de Productos y Servicios de la CNT EP.

5.1.29 CONTROL DOCUMENTAL.-

- a) La primera fase del control de calidad de la documentación presentada por el cliente, estará a cargo del SUBDISTRIBUIDOR; esta actividad deberá ser ejecutada por personal específico del SUBDISTRIBUIDOR, cuya responsabilidad será recibir, revisar, aprobar y firmar con el cliente el contrato y toda la documentación necesaria para cada producto o servicio objeto del presente contrato.
- b) El SUBDISTRIBUIDOR una vez que confirme en sus sistemas que la venta y firma de documentos está completa, procederá a realizar la facturación y cobro de los valores que correspondan; así como solicitar a la PROVEEDORA la activación del servicio y de ser el caso la entrega del equipo al cliente final.
- c) Conforme lo dispone el Instructivo para la Administración de Canales Indirectos de la CNT EP, el SUBDISTRIBUIDOR diariamente consolidará todos los contratos aprobados y firmados por el cliente, escaneará todos los contratos, y enviará a la PROVEEDORA a través de los sistemas informáticos creados para tal efecto.

5.1.30 El SUBDISTRIBUIDOR está obligado a verificar y certificar que, en caso del retiro de la relación comercial, sus vendedores sean inactivados de tal forma que se erradique la posibilidad de registros de ventas a nombre de vendedores con códigos de Sub distribuidores deshabilitados.

5.1.31 El SUBDISTRIBUIDOR deberá notificar a la PROVEEDORA situaciones particulares en que se requieran volúmenes excesivos de servicios por parte de clientes personales y que se considere no se canalizarán a la venta o reventa dentro de su canal de comercialización.

5.1.32 El SUBDISTRIBUIDOR a su costa se obliga a modificar o sustituir los signos marcarios, rótulos, signos distintivos e identificativos de los productos y servicios cuyo uso ha sido autorizado por la PROVEEDORA, cuando ésta lo solicite.

5.2 OBLIGACIONES DE LA PROVEEDORA:

5.2.1 Pagar al SUBDISTRIBUIDOR los valores que correspondan previo al cumplimiento de las condiciones comerciales y económicas establecidas en este contrato y sus anexos.

5.2.2 Suministrar al SUBDISTRIBUIDOR los productos y servicios de telecomunicaciones necesarios a fin que éste pueda llevar adelante la comercialización de los mismos, de acuerdo a sus procesos internos y a la disponibilidad de stocks.

5.2.3 Comunicar al SUBDISTRIBUIDOR las normas del manejo de marca y políticas de imagen corporativa.

5.2.4 Realizar revisiones y auditorías en cualquier momento y sin previo aviso a los locales o puntos de venta del SUBDISTRIBUIDOR.

5.2.5 Poner a disposición del SUBDISTRIBUIDOR el Catálogo de Productos y Servicios de la CNT EP.

5.2.6 La PROVEEDORA a través de su Gerente General, delegará de manera expresa al SUBDISTRIBUIDOR, la facultad para que pueda suscribir a nombre y en representación

de la PROVEEDORA, los contratos de prestación de servicios de telecomunicaciones y/o televisión, con el cliente, usuario o consumidor.

CLÁUSULA SEXTA: MONEDA DEL CONTRATO.

La moneda del contrato y de sus garantías es el Dólar de los Estados Unidos de América.

CLÁUSULA SÉPTIMA: CONDICIONES ECONÓMICAS Y FORMA DE PAGO.

Como contraprestación por la prestación de los servicios y demás obligaciones asumidas por EL SUBDISTRIBUIDOR en virtud de la celebración del presente Contrato, la PROVEEDORA pagará AL SUBDISTRIBUIDOR los valores que constan en el Anexo No. 1, el cual forma parte integrante del presente contrato.

CLÁUSULA OCTAVA: PAGOS INDEBIDOS Y RESPONSABILIDAD.

8.1 DE LOS PAGOS INDEBIDOS

8.1.1 La PROVEEDORA se reserva el derecho de reclamar al SUBDISTRIBUIDOR sobre cualquier pago indebido efectuado por error, durante los tres (3) años siguientes a la fecha en que se realizó dicho pago indebido. El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a satisfacer las reclamaciones debidamente sustentadas que por este motivo llegara a plantear la PROVEEDORA., devolviéndole los valores pagados en forma indebida. Estos valores causarán el máximo interés legal permitido en el Ecuador.

8.1.2 De existir valores pendientes de pago al SUBDISTRIBUIDOR, la PROVEEDORA queda autorizada para realizar de los mismos las respectivas deducciones o compensaciones, en caso de haber pagos indebidos.

8.2 DE LA RESPONSABILIDAD.-

8.2.1 La responsabilidad de la PROVEEDORA se limita exclusivamente a proveer del servicio de telecomunicaciones objeto del presente contrato, el cual es ofrecido por el SUBDISTRIBUIDOR al cliente, usuario o consumidor final.

8.2.2 Se hace constar expresamente que cada una de las partes responderá frente a la otra por las acciones u omisiones de sus empleados, colaboradores y por cualquier tercero contratado por aquella para el desarrollo y ejecución del objeto del presente Contrato, así como para el cumplimiento de sus respectivas obligaciones derivadas del mismo. De igual forma cada parte será individualmente responsable del cumplimiento de las obligaciones laborales, prestaciones del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, seguros o garantías que cubran cualquier contingencia actual o futura del presente contrato.

8.2.3 El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a dejar indemne a la PROVEEDORA de toda demanda, daños o pérdidas, costos y gastos que surjan del incumplimiento de cualquier obligación, declaración, garantía, compromiso o acuerdo pactado en el presente Contrato.

8.2.4 Por cada incumplimiento a las obligaciones del presente contrato, el SUBDISTRIBUIDOR autoriza a la PROVEEDORA el cobro de charge back y penalidades que correspondan, conforme lo previsto en el presente contrato y el Anexo 1, dejando a salvo el derecho de la PROVEEDORA a iniciar las acciones legales a que hubiera lugar e

incluso dar por terminado anticipadamente el presente contrato, sin pago ni contraprestación de ninguna naturaleza por daños o perjuicios.

CLAÚSULA NOVENA.- PLAZO DEL CONTRATO.

El plazo del presente Contrato es de dos años, contados a partir de la fecha de su suscripción, el mismo que podrá renovarse previo acuerdo expreso y por escrito de las partes. De no ocurrir aquello el contrato se entenderá fenecido ipso jure y sus obligaciones deberán ser cumplidas y liquidadas de manera inmediata, de forma tal que ocurrido aquello en un plazo no mayor a treinta (30) días, las partes suscribirán un Acta de Liquidación Final del contrato.

Sin perjuicio de lo señalado, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente contrato antes de su vencimiento, sin que medie justificación alguna, previa notificación expresa y escrita entregada a la otra parte, con al menos noventa (90) días calendario de anticipación.

Es facultad de la PROVEEDORA, sobre la base de algún incumplimiento del SUBDISTRIBUIDOR, el notificar con la terminación anticipada de manera unilateral del presente contrato, sin que hubiere lugar a que el SUBDISTRIBUIDOR inicie ninguna acción administrativa, civil o judicial a que hubiere lugar.

CLAÚSULA DÉCIMA: PROPIEDAD INTELECTUAL.

La PROVEEDORA autorizará previa comunicación escrita al SUBDISTRIBUIDOR, el uso de forma no exclusiva y de acuerdo a las reglas que protegen la propiedad intelectual, en los puntos de venta registrados y autorizados por la CNT EP, sean estos Monomarca o Multimarca, la marca, denominación comercial, signos distintivos y logotipos de propiedad de la CNT EP.

Esta autorización comprende el derecho de uso no exclusivo, limitado, intransferible y durante el plazo de vigencia del presente contrato, de los signos marcarios con los que en cada momento se comercialicen los productos y servicios ofertados por la CNT EP. El SUBDISTRIBUIDOR no podrá hacer uso, ni facultar a terceros el uso indebido de los signos marcarios autorizados para otro objeto que no sea el de ejecución del presente contrato. El incumplimiento de esta obligación dará lugar a la terminación anticipada de forma unilateral del mismo, la imposición de las sanciones establecidas en este instrumento y el inicio de las acciones legales que correspondan.

Al terminar este Contrato todo material tangible será devuelto por el SUBDISTRIBUIDOR y éste cesará en su aprovechamiento. Las listas de nombres y datos de los abonados de la PROVEEDORA, así como la información relacionada a dichas listas y datos, son propiedad exclusiva de la PROVEEDORA y no podrán ser utilizadas por el SUBDISTRIBUIDOR, sus empleados o dependientes. El SUBDISTRIBUIDOR directa o indirectamente no podrá usar, obtener o tratar de obtener, durante la vigencia del Contrato o después de su terminación, bajo ningún título, la propiedad, dominio, derecho o interés de ninguna clase a su favor, sobre los bienes y derechos de propiedad intelectual antes descritos.

Las autorizaciones conferidas por la PROVEEDORA al SUBDISTRIBUIDOR para el uso no exclusivo de los derechos de propiedad intelectual, tendrán el carácter excepcional y deberán constar por escrito a través del Gerente General de la PROVEEDORA, los

cuales tendrán un carácter temporal, sin que se extiendan más allá de la vigencia de este Contrato. Estas autorizaciones no dan derecho alguno al SUBDISTRIBUIDOR más allá de lo expresado en este Contrato y están limitadas al desarrollo del mismo y únicamente pueden extenderse a terceros por autorización formal y por escrito de la PROVEEDORA o de ser el caso por los titulares de tales derechos.

CONDICIONES GENERALES AL USO DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL:

El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a dejar indemne a la PROVEEDORA de toda demanda, daños o pérdidas, costos y gastos que surjan del incumplimiento de cualquier obligación, declaración, garantía, compromiso o acuerdo pactado en el presente Contrato.

MODIFICACION DE LA AUTORIZACION: En cualquier tiempo y por cualquier causa, la PROVEEDORA podrá modificar o sustituir los signos marcarios, rótulos, signos distintivos e identificativos de los productos y servicios cuyo uso ha sido autorizado al SUBDISTRIBUIDOR.

USO DE LOS SIGNOS MARCARIOS: El SUBDISTRIBUIDOR se obliga a utilizar los signos distintivos de CNT EP, de la forma y de conformidad con las instrucciones de la PROVEEDORA, sin adicionar ni modificar ningún elemento.

El SUBDISTRIBUIDOR de ser el caso, deberán indicar en su publicidad, que cuentan con autorización de CNT EP para hacerlo, acompañada del símbolo que representa la "marca registrada" (copyright), en referencia a que la misma se encuentra protegida bajo las leyes de propiedad intelectual.

Si el SUBDISTRIBUIDOR quiere colocar otros rótulos o material publicitario, deberá contar con la aprobación previa y expresa de PROVEEDORA, debiendo asumir la totalidad de los gastos ocasionados.

Si en un plazo de ocho (8) días contados desde la terminación del presente contrato, el SUBDISTRIBUIDOR no hubiera procedido a la desinstalación de los citados rótulos, la PROVEEDORA queda facultada para proceder por sí misma a la desinstalación y retiro de aquellos, con cargo al SUBDISTRIBUIDOR de los gastos que ello ocasione.

La gestión y obtención de toda clase de permisos, licencias y autorizaciones, así como el pago de las tasas, impuestos o cualquier otro gasto o tributo derivado del uso y colocación de los rótulos, serán de exclusiva cuenta y responsabilidad del SUBDISTRIBUIDOR.

DEFENSA: El SUBDISTRIBUIDOR se compromete a colaborar con la PROVEEDORA en la defensa de sus marcas, rótulos y demás signos distintivos que identifiquen los productos y servicios objeto del presente contrato, así como a informar a la PROVEEDORA de cualquier utilización ilegal de sus signos marcarios o de actos que pudieran dañar o perjudicar a los mismos.

MATERIAL PUBLICITARIO: El SUBDISTRIBUIDOR recibirá en depósito el material promocional y de apoyo que le suministre la PROVEEDORA. Dicho material podrá ser utilizado solamente para los fines y destino que la PROVEEDORA le instruya en cada caso. La decisión sobre la calidad, cantidad, diseño, colores y demás aspectos del material publicitario suministrado al SUBDISTRIBUIDOR, será de exclusiva competencia de la PROVEEDORA. La propiedad del material publicitario siempre será de la PROVEEDORA, sin que en ningún momento ésta se traslade al SUBDISTRIBUIDOR.

El SUBDISTRIBUIDOR directamente deberá utilizar el material que le suministre la PROVEEDORA y responder por el material que empleen su fuerza de venta de ser el caso, con el máximo cuidado y diligencia, pues será responsable el SUBDISTRIBUIDOR del uso que se le dé al mismo.

Cualquier otro material promocional o publicitario que pretenda emplear el SUBDISTRIBUIDOR de ser el caso, deberá contar con la aprobación previa, expresa y por escrito de la PROVEEDORA.

La PROVEEDORA podrá suspender en cualquier tiempo, de forma inmediata el derecho de utilización del material publicitario en caso de incumplimiento de las normas de utilización por parte del SUBDISTRIBUIDOR.

Cualquier autorización escrita o verbal al SUBDISTRIBUIDOR para la utilización de material publicitario, en rótulos, marcas, símbolos y demás signos distintivos relacionados con la CNT EP, quedará inmediatamente sin efecto desde el mismo momento en que sea sustituida por la PROVEEDORA o se suspenda el derecho de uso según lo establecido en el punto anterior, quedando obligado el SUBDISTRIBUIDOR a la devolución íntegra e inmediata de todos los elementos publicitarios o signos distintivos mencionados anteriormente.

DECLARACION DEL SUBDISTRIBUIDOR: El SUBDISTRIBUIDOR declara que cuenta con todos los recursos necesarios para la ejecución del presente contrato. Así mismo, garantiza que es titular o licenciataria de los derechos de propiedad intelectual sobre los equipos y programas de *software* por él utilizados. En caso que por acción judicial se retengan esos bienes o equipos total o parcialmente o se prohíba su uso, el SUBDISTRIBUIDOR deberá reemplazarlos o adecuarlos en forma inmediata, de manera que no se afecte el cumplimiento de las obligaciones a su cargo previstas en este Contrato. El SUBDISTRIBUIDOR manifiesta y entiende que en virtud de la independencia propia del presente Contrato, la responsabilidad civil y penal a que hubiese lugar por el uso de *software* no licenciado o no legalizado en los términos de las normas que regulan el derecho de autor, recae exclusivamente sobre él, sin perjuicio de las acciones a que hubiese lugar por la pérdida, alteración, modificación no deseada y en cualquier forma vulneración de datos o información como consecuencia del uso de *software* no legalizado o diferente del recomendado por PROVEEDORA. El SUBDISTRIBUIDOR mantendrá La PROVEEDORA todo el tiempo, indemne por este tipo de reclamos o acciones.

CLAÚSULA DÉCIMA PRIMERA: PROHIBICIÓN DE CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN.

11.1 El SUBDISTRIBUIDOR no podrá ceder total o parcialmente el presente contrato, ni sus derechos ni sus obligaciones.

11.2 El SUBDISTRIBUIDOR podrá asociarse para la ejecución del presente contrato. Siendo su responsabilidad velar y responder por cualquier obligación actual o futura de cualquier naturaleza que resulte de la relación que exista entre las partes, dejando desde ya indemne a la CNT EP de cualquier demanda o proceso administrativo, judicial o arbitral, en cualquier materia que se produzca por ocasión de la vigencia del presente contrato.

CLAÚSULA DÉCIMA SEGUNDA: EXCLUSIVIDAD.

12.1 Las partes convienen en que la PROVEEDORA podrá celebrar contratos similares o de la misma naturaleza que este, con otras personas naturales o jurídicas, sin limitación alguna. Adicionalmente se aclara que la PROVEEDORA podrá realizar de forma libre la

comercialización de sus productos y servicios por sí mismo o a través de los canales que considere convenientes.

12.2 El SUBDISTRIBUIDOR que opere a través de Punto(s) de Venta Monomarca no podrá comercializar ningún otro tipo de producto ni servicio, que no sean de los que la PROVEEDORA comercializa.

Esta restricción o prohibición se extiende y es aplicable a los administradores, funcionarios y dependientes del SUBDISTRIBUIDOR, que operen a través de Punto(s) de Venta Monomarca.

El ámbito de la exclusividad a que está obligado el SUBDISTRIBUIDOR se extiende a todos los Puntos de Venta Monomarca controlados por él.

12.3 La obligación del SUBDISTRIBUIDOR de otorgar exclusividad a favor de la PROVEEDORA regirá durante la vigencia del presente contrato.

DECIMA TERCERA: GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO POR EFECTOS DEL CONTRATO.

El SUBDISTRIBUIDOR, entrega a la PROVEEDORA como Garantía de Cumplimiento del Contrato, la suma de CINCO MIL SETECIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA CON 00/100 CTVOS (\$5,700.00), a favor de la SERVICONT CONSULTORES S.C. a fin de garantizar el fiel cumplimiento de las obligaciones objeto del presente contrato.

Vigencia de la Garantía.- por todo el tiempo que dure el preste contrato.

LA PROVEEDORA, tiene la obligación de mantener en su resguardo la garantía de fiel cumplimiento del contrato, hasta la suscripción del Acta de Liquidación Final y la liquidación del contrato que extinguen las obligaciones pactadas.

CLAÚSULA DÉCIMA CUARTA: TALENTO HUMANO Y CAPACITACIÓN.

14.1 TALENTO HUMANO.-

14.1.1 El SUBDISTRIBUIDOR desarrollará su actividad con Talento Humano idóneo en número y calidad. La profesionalidad, cortesía, servicio al cliente, disponibilidad, competencia técnica de Talento Humano en todos los puntos de venta del SUBDISTRIBUIDOR, son determinantes para el éxito de la comercialización de los productos y el servicio, cuya calidad de atención al cliente, será exigida en todo momento por la PROVEEDORA, de acuerdo a los estándares establecidos.

14.1.2 El SUBDISTRIBUIDOR es el único responsable respecto a los socios, colaboradores y dependientes con cuya intervención ejecute o cumpla el presente contrato. Por consiguiente el SUBDISTRIBUIDOR es el único responsable de pagar cumplidamente y en su totalidad los correspondientes honorarios, comisiones, sueldos, salarios, indemnizaciones, tributos y en general todas las compensaciones y obligaciones económicas a que haya lugar. Por tanto, no existirá relación laboral ni de dependencia de ninguna naturaleza entre la PROVEEDORA y el personal del SUBDISTRIBUIDOR, quedando por consiguiente la PROVEEDORA liberada de toda responsabilidad laboral o de cualquier otra naturaleza frente a los empleados del SUBDISTRIBUIDOR.

14.1.3 El SUBDISTRIBUIDOR está obligado a encontrarse al día en el cumplimiento de las obligaciones que le corresponden en materia fiscal, laboral, municipal, de seguridad

social, de prevención de riesgos laborales, de seguridad y salud en el trabajo, siendo el SUBDISTRIBUIDOR el único responsable del cumplimiento de cualquiera de tales obligaciones, con total y expresa indemnidad para la PROVEEDORA, quien podrá requerir al SUBDISTRIBUIDOR justificación documentaria de estar al día en tales obligaciones.

14.1.4 Todos los vendedores del SUBDISTRIBUIDOR que intervengan en la ejecución del presente contrato deberán contar con la debida calificación de vendedores certificados y su incorporación como personal del SUBDISTRIBUIDOR deberá ser previamente aprobada por PROVEEDORA, al igual que cualquier cambio respecto de la situación de dichos vendedores. En todo caso PROVEEDORA se reserva el derecho de aceptar o rechazar la incorporación o no de determinados vendedores del SUBDISTRIBUIDOR.

14.2 CAPACITACIÓN:

14.2.1 El SUBDISTRIBUIDOR será responsable por los costos, asociados con la capacitación, sin ser una enumeración taxativa: las remuneraciones, transportes, alojamientos y alimentación (según sea aplicable) de su personal, en que se deba incurrir durante el entrenamiento.

El SUBDISTRIBUIDOR deberá, por su cuenta y riesgo, difundir el entrenamiento de la PROVEEDORA entre el personal adicional y de reemplazo que lo requiera y en todo caso, asegurarse de que todo el personal que emplee para la ejecución de las labores propias de este Contrato, se encuentre debidamente capacitado antes de que empiece a desempeñar sus funciones.

La PROVEEDORA deberá realizar la capacitación inicial al personal del SUBDISTRIBUIDOR, de acuerdo a los cupos establecidos y programar cursos de actualización sobre diversos aspectos relativos a la ejecución del presente Contrato. Las capacitaciones serán evaluadas en cualquier momento por la PROVEEDORA.

14.2.2 El SUBDISTRIBUIDOR que no asista a las capacitaciones que promueva la PROVEEDORA, está obligado a informarse por sus propios medios de las disposiciones de la PROVEEDORA y consecuentemente queda obligado a cumplirlas.

CLAÚSULA DÉCIMA QUINTA: INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.

15.1 El SUBDISTRIBUIDOR es patrimonialmente independiente y explota su negocio por su propia cuenta y riesgo, por lo que él mismo, sus vendedores, colaboradores, funcionarios y empleados no dependen laboralmente de la CNT EP, concerniendo al SUBDISTRIBUIDOR su contratación, remuneración, pago de obligaciones laborales y patronales determinadas en la ley, despido, desahucio, pago de utilidades, comisiones y cualquier otra contraprestación económica propia de la relación con sus colaboradores y personal a su cargo, con plena autonomía, por lo que la PROVEEDORA a ningún título, forma o concepto de solidaridad, podrá actuar o en el futuro asumir ninguna relación con el SUBDISTRIBUIDOR, puesto que esta relación es de carácter estrictamente mercantil.

15.2 El SUBDISTRIBUIDOR responderá frente a terceros tanto de todas las acciones que se entablen en su contra como consecuencia del ejercicio de su actividad, como de los daños y perjuicios que él mismo ocasione.

CLAÚSULA DÉCIMA SEXTA: SISTEMAS INFORMÁTICOS Y ENLACES.

16.1 La PROVEEDORA, en los casos que amerite, deberá proveer las aplicaciones y software necesarios al SUBDISTRIBUIDOR para el cumplimiento y ejecución del presente contrato; así como de los enlaces que permitan este acceso, en el porcentaje que determine la PROVEEDORA.

16.2 Es obligación del SUBDISTRIBUIDOR registrar diariamente en el sistema proporcionado por la PROVEEDORA, la información generada por la comercialización y cualquier otra que la PROVEEDORA determine.

16.3 El SUBDISTRIBUIDOR adaptará o aplicará los desarrollos tecnológicos que sean requeridos por PROVEEDORA, para la ejecución de los procesos establecidos por la PROVEEDORA.

CLAÚSULA DÉCIMA SEPTIMA: PUBLICIDAD Y ACCIONES COMERCIALES.

17.1 Toda actividad publicitaria relativa a la comercialización de productos y servicios, será autorizada y supervisada por PROVEEDORA.

17.2 El SUBDISTRIBUIDOR directamente y bajo su exclusiva responsabilidad, se obliga (n) por su parte a prestar toda su colaboración en las campañas promocionales de PROVEEDORA y en las acciones comerciales acordadas con el mismo; así como también a colocar, exponer y mantener en perfecto estado de conservación el material publicitario y promocional que LA PROVEEDORA le remita y esté ubicado en el Punto de Venta, conforme a las instrucciones de LA PROVEEDORA.

17.3 La publicidad local que va limitada al ámbito territorial de comercialización y de influencia del o de los Punto(s) de Ventas del SUBDISTRIBUIDOR, también será(n) de exclusiva competencia del SUBDISTRIBUIDOR.

CLAÚSULA DÉCIMA OCTAVA: INSPECCIÓN Y EVALUACIÓN.

18.1 A fin de asegurar el cumplimiento del presente contrato, la PROVEEDORA se reserva plena facultad de inspeccionar y evaluar con su propio personal o mediante personal autorizado por éste, sin obligación de preaviso y en cualquier momento, los Punto(s) de Venta Monomarca y los Multimarca y las actividades realizadas por el SUBDISTRIBUIDOR en el (los) propio(s) local(es). El SUBDISTRIBUIDOR reconoce el derecho de LA PROVEEDORA para inspeccionar y evaluar el cumplimiento del SUBDISTRIBUIDOR, de la normatividad vigente y de las obligaciones definidas en este contrato.

18.2 En las inspecciones que la PROVEEDORA realice al SUBDISTRIBUIDOR, podrá solicitar a éste último el acceso a las cifras de caja, a la contabilidad de la empresa, a los resultados financieros, al stock de mercadería y a cualquier otra información que requiera.

18.3 Si como consecuencia de las inspecciones realizadas por la PROVEEDORA, se desprende la necesidad de realizar mejoras, el SUBDISTRIBUIDOR está obligado a acatar las disposiciones que en este sentido le comunique PROVEEDORA.

CLAÚSULA DÉCIMA NOVENA: INDEMNIDAD A FAVOR DE LA PROVEEDORA.

El SUBDISTRIBUIDOR asume expresamente la obligación de mantener indemne a LA PROVEEDORA por todos los actos que en la ejecución del presente contrato realice el

SUBDISTRIBUIDOR, sus socios, vendedores, funcionarios, empleados y en general el personal a su cargo, dentro o fuera del Punto de Ventas. Para este efecto el SUBDISTRIBUIDOR deberá ante el requerimiento de PROVEEDORA, contratar y mantener vigente las garantías que le sean solicitadas por LA PROVEEDORA, con las condiciones que éste le solicite.

CLAÚSULA VIGÉSIMA: CONFIDENCIALIDAD.

El SUBDISTRIBUIDOR por su intermedio y bajo su exclusiva responsabilidad y la de sus socios, se comprometen a guardar estricta reserva sobre la información confidencial y propiedad intelectual que llegaren a conocer en virtud de este Contrato. Consecuentemente, se obligan a no difundir dicha información a terceros de ninguna naturaleza, así como a implementar procedimientos internos estrictos, para salvaguardar dicha confidencialidad.

CLAÚSULA VIGÉSIMA PRIMERA: PENALIDADES.

Se aplicarán al SUBDISTRIBUIDOR las PENALIDADES previstas para el efecto en el Anexo No. 1. CONDICIONES ECONOMICAS, las cuales el SUBDISTRIBUIDOR las conoce y las acepta, por lo que la PROVEEDORA está facultada a aplicarlas en cualquier momento, bastando para ello una comunicación por escrito al SUBDISTRIBUIDOR, autorizando en este contrato a la PROVEEDORA para que de cualquier valor que se encuentre adeudando, sea descontado de manera inmediata, incluso con la ejecución de la garantía de fiel cumplimiento, que para el efecto el SUBDISTRIBUIDOR entrega a la PROVEEDORA.

CLAÚSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO.

TERMINACION DEL CONTRATO

22. 1 Sin perjuicio de lo determinado en la cláusula novena "Plazo del Contrato", el Contrato terminará además:

- a) Por mutuo acuerdo de las partes.
- b) Por sentencia que declare la nulidad del contrato o la resolución del mismo.
- c) Por declaración anticipada y unilateral de SERVICONT CONSULTORES S.C., en los siguientes casos:

c.1 Si el SUBDISTRIBUIDOR, incumple cualquiera de las obligaciones previstas en el contrato.

c.2 Si el SUBDISTRIBUIDOR no notificare a la PROVEEDORA, acerca de la transferencia, cesión, enajenación de sus acciones, participaciones, o en general de cualquier cambio en su estructura de propiedad, dentro del plazo de treinta (30) días siguientes a la fecha en que se produjo tal modificación

d) Por muerte del SUBDISTRIBUIDOR o disolución del SUBDISTRIBUIDOR.

e) Por las demás causas de terminación, determinadas en el presente contrato.

CLAÚSULA VIGÉSIMA TERCERA.- ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO.

23.1 El presente contrato será administrado por FONSECA ERAZO SILVIO BAYARDO, con cédula de ciudadanía número 1711199404, Jefe Comercial de la PROVEEDORA.

23.2 El Administrador del Contrato velará por el cabal y oportuno cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones derivadas del contrato. Adoptará las acciones que sean necesarias para evitar retrasos injustificados y solicitará a la Gerencia Financiera, la imposición de multas a que hubiere lugar; incluyéndose la solicitud de ejecución de la garantía de fiel cumplimiento, cuando fuere del caso.

23.3 El Administrador del contrato además de lo expresado anteriormente, deberá cumplir con las siguientes responsabilidades:

- a) La solicitud y gestión de los pagos, de acuerdo a la forma pactada y una vez cumplidas las condiciones respectivas.
- b) La participación en la suscripción del acta de Liquidación Final y otras que le sean requeridas al SUBDISTRIBUIDOR.
- c) La solicitud de la devolución de la garantía de fiel cumplimiento del contrato, una vez cumplidas las condiciones para ello.

CLÁUSULA VIGÉSIMA CUARTA.- TRIBUTOS, RETENCIONES Y GASTOS.

La PROVEEDORA efectuará al SUBDISTRIBUIDOR las retenciones que dispongan las leyes tributarias, actuará como agente de retención del Impuesto a la Renta, de acuerdo al Artículo 45 de la Ley de Régimen Tributario Interno; con relación al Impuesto al Valor Agregado, procederá conforme a la legislación tributaria vigente.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA.- DOMICILIO.

25.1 Para todos los efectos de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, renunciando el SUBDISTRIBUIDOR a cualquier fuero especial, que en razón del domicilio pueda tener.

25.2 Para efectos de comunicación o notificaciones, las partes señalan como su dirección, las siguientes:

SERVICONT CONSULTORES S.C. - SILVERSMART

LUDEÑA CARRION MELKISEDEK FERNANDO

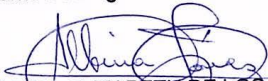
GERENTE GENERAL

Dirección: Tulcán 1005 y 29 de Mayo

Teléfono: 593+ 022767422

E-mail: veroludena@yahoo.es

Santo Domingo de Los Tsachilas - Ecuador



ALBINA ELIZABETH DE LOS ANGELES YANEZ YANEZ

GERENTE PROPIETARIO SUBDISTRIBUIDOR

Dirección: Av. General Rumiñahui e Av. Ilalo Centro Comercial plaza paris local 10

Teléfono: 593+939941247

E-mail: albinayanez.cnt@gmail.com

Rumiñahui - Ecuador

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Las Partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen en este contrato y a realizar todos los esfuerzos para superar amigablemente cualquier diferencia.

En caso de discrepancias o cualquier controversia sobre el cumplimiento, interpretación o ejecución del presente contrato, las partes acuerdan someterse al procedimiento de mediación, conforme a lo establecido en el Título II de la Ley de Arbitraje y Mediación, en el Centro de Mediación a elección de la PROVEEDORA.

De no superarse las controversias, éstas se sustanciarán ante uno de los Juzgados de lo Civil de Santo Domingo de los Tsáchilas y se sujetarán al trámite verbal sumario.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEPTIMA.- ACEPTACION DE LAS PARTES

Las partes, libre y voluntariamente, previo el cumplimiento de todos y cada uno de los requisitos exigidos por las leyes de la materia, declaran expresamente su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato, a cuyas estipulaciones se someten, para fe y constancia de lo cual, firman a continuación, en cuatro (4) ejemplares de igual valor y contenido.

En la ciudad de Santo Domingo, a 15 de Abril del 2015

Por:

SERVICONT CONSULTORES S.C.
PROVEEDORA



LUDEÑA CARRION FERNANDO
GERENTE GENERAL
SERVICONT CONSULTORES S.C.
SILVERSMART

SUBDISTRIBUIDOR



SRA. ALBINA ELIZABETH DE LOS
ANGELES YANEZ YANEZ

Santo Domingo, 3 de febrero del 2015



Señor

Fernando Ludeña Carrión

Presente.-

De mi consideración:

Como Presidente de la Sociedad Civil "SERVICONT CONSULTORES S.C." constituida mediante escritura pública de fecha 28 de Marzo del 2008 ante el Notario Primero de esta Provincia Santo Domingo, cuyo registro mercantil es el N° 175 repertorio 1015, tomo 42 del registro de Comercio y Contratos Mercantiles, del 26 de agosto del 2008, muy respetuosamente me permito comunicar a usted, que en la Junta General Extraordinaria de Socios realizada en esta ciudad, el 30 de enero del año 2015, se resolvió elegirlo y designarlo como GERENTE GENERAL por el lapso de 2 años. Deseándole el mejor de los éxitos, en tal delicadas funciones.

Ing. María Fernanda Ludeña Espinosa

PRESIDENTE

C.I. N° 171587342-6

Doy fe que la fotocopia que antecede es igual al original que me fue exhibido.
Santo Domingo a



15 ABR 2015

Msc. Cristóbal Tenorio P.
NOTARIO SEGUNDO SUPLENTE

ACEPTACION:

Santo Domingo, a 3 de febrero del 2015

Yo, Melkisedec Fernando Ludeña Carrión, portador de la cedula N° 110062255-2, domiciliado en esta ciudad, en la Urb. Suarez calle Carolina y circunvalación casa N°757 teléfono 27555019 libre y voluntariamente acepto el cargo de GERENTE GENERAL DE "SERVICONT CONSULTORES S.C." que desempeñare a cabalidad dando cumplimiento a las Leyes y Reglamentos que existan en nuestra Compañía por el tiempo indicado de 2 años.

Fernando Ludeña Carrión

GERENTE GENERAL



Dir. Tulcán 1005 y 29 de Mayo Edificio Radio Luz,
segundo piso / Telef. 2759-572 / Fax: 2750454
E-mail: servicon@interactive.net.ec

Registro Mercantil de Santo Domingo

TRÁMITE NÚMERO: 738

REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN: SANTO DOMINGO

RAZÓN DE INSCRIPCIÓN NOMBRAMIENTO

EN LA CIUDAD SANTO DOMINGO, QUEDA INSCRITO EL ACTO/CONTRATO QUE SE PRESENTA EN ESTE REGISTRO, CUYO DETALLE SE MUESTRA A CONTINUACIÓN:



1. RAZÓN DE INSCRIPCIÓN DEL: NOMBRAMIENTO DE GERENTE GENERAL

NÚMERO DE REPERTORIO:	511
FECHA DE INSCRIPCIÓN:	09/02/2015
NÚMERO DE INSCRIPCIÓN:	65
REGISTRO:	LIBRO DE NOMBRAMIENTOS

2. DATOS DEL NOMBRAMIENTO:

NATURALEZA DEL ACTO O CONTRATO:	NOMBRAMIENTO DE GERENTE GENERAL
AUTORIDAD NOMINADORA:	JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA DE SOCIOS
FECHA DE NOMBRAMIENTO:	03/02/2015
FECHA ACEPTACION:	03/02/2015
NOMBRE DE LA COMPAÑÍA:	SERVICONT CONSULTORES S.C.
DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA:	SANTO DOMINGO

3. DATOS DE REPRESENTANTES:

Identificación	Nombres y Apellidos	Cargo	Plazo
1100622552	LUDEÑA CARRION MELKISEDEK FERNANDO	GERENTE GENERAL	DOS AÑOS

4. DATOS ADICIONALES:

NO APLICA

CUALQUIER ENMENDADURA, ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN AL TEXTO DE LA PRESENTE RAZÓN, LA INVALIDA. LOS CAMPOS QUE SE ENCUENTRAN EN BLANCO NO SON NECESARIOS PARA LA VALIDEZ DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN, SEGÚN LA NORMATIVA VIGENTE.

FECHA DE EMISIÓN: SANTO DOMINGO, A 9 DÍA(S) DEL MES DE FEBRERO DE 2015

JACQUELINE VICTORIA MENA PULLAS
REGISTRADOR MERCANTIL DEL CANTÓN SANTO DOMINGO



Doy fe que la fotocopia que antecede es igual al original que me fue exhibido.
Santo Domingo a

Página 1 de 2



15 ABR 2015
Msc. Cristóbal Tenorio P.
NOTARIO SEGUNDO SUPLENTE

Nº 0040969

DIRECCIÓN DEL REGISTRO: GUAYAQUIL 100 Y RIO BABA



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1792130123001
RAZON SOCIAL: SERVICONT CONSULTORES S.C
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: LUDEÑA CARRION MELKISEDEK FERNANDO
CONTADOR: LUDENA ESPINOSA MARIA FERNANDA

FEC. INICIO ACTIVIDADES:	07/04/2008	FEC. CONSTITUCION:	07/04/2008
FEC. INSCRIPCION:	16/04/2008	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	12/02/2015

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CONTABILIDAD.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS Cantón: SANTO DOMINGO Parroquia: SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS Calle: TULCAN Número: 1005 Intersección: AV. 29 DE MAYO Edificio: RADIO LUZ Piso: 1 Referencia ubicación: FRENTE AL CENTRO COMERCIAL CENTRAL Telefono Trabajo: 022759572 Celular: 0997786578 Fax: 022759572 Email: servicon@interactive.net.ec

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO ACCIONISTAS, PARTÍCIPIES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 004	ABIERTOS:	3
JURISDICCION:	\ ZONA 4\ SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	CERRADOS:	1

Doy fe que la fotocopia que antecede es igual al original que me fue exhibido:
Santo Domingo a

16 ABR 2015
Msc. Cristóbal Tenorio P.
NOTARIO SEGUNDO SUPLENTE

12 FEB 2015

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MMAR070115 Lugar de emisión: SANTO DOMINGO/AV. QUITO Fecha y hora: 12/02/2015 16:20:14



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1792130123001
RAZON SOCIAL: SERVICONT CONSULTORES S.C

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.	07/04/2008
NOMBRE COMERCIAL:					FEC. CIERRE:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CONTABILIDAD.
COLOCACION DE PERSONAL PARA DIVERSOS EMPLEOS EN DISTINTOS SECTORES.
ADMINISTRACION DE NOMINA.
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION, INCLUIDO SUS PARTES Y PIEZAS.
ACTIVIDADES COMERCIALES A CARGO DE COMISIONISTAS.
ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA AUDITORIA.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS Cantón: SANTO DOMINGO Parroquia: SANTO DOMINGO DE LOS
COLORADOS Calle: TULCAN Número: 1005 Intersección: AV. 29 DE MAYO Referencia: FRENTE AL CENTRO COMERCIAL
CENTRAL Edificio: RADIO LUZ Piso: 1 Telefono Trabajo: 022759572 Celular: 0997786578 Fax: 022759572 Email:
servicon@interactive.net.ec

No. ESTABLECIMIENTO:	002	ESTADO	ABIERTO	LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.	26/06/2013
NOMBRE COMERCIAL:	SILVERSMART				FEC. CIERRE:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION INCLUIDO SUS PARTES Y PIEZAS.
SERVICIO DE RECARGAS DE TELEFONIA MOVIL.
ACTIVIDADES COMERCIALES A CARGO DE COMISIONISTAS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS Cantón: SANTO DOMINGO Parroquia: SANTO DOMINGO DE LOS
COLORADOS Ciudadela: URB. COROMOTO Calle: AV. ABRAHAM CALAZACON Número: S/N Intersección: AV. QUITO
Referencia: FRENTE AL PASEO SHOPING Telefono Trabajo: 022750333 Celular: 0997786578 Email: vludena@silversmart.org
Telefono Trabajo: 022757170

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se
deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MMAR070115 Lugar de emisión: SANTO DOMINGO/AV. QUITO Fecha y hora: 12/02/2015 16:20:15



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1792130123001
RAZON SOCIAL: SERVICONT CONSULTORES S.C

No. ESTABLECIMIENTO: 003 ESTADO ABIERTO LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT. 26/06/2013
NOMBRE COMERCIAL: SILVERSMART FEC. CIERRE:
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION INCLUIDO SUS PARTES Y PIEZAS.
SERVICIO DE RECARGAS DE TELEFONIA MOVIL.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: BENALCAZAR Calle: AV. AMAZONAS Número: S/N Intersección: AV. GASOAR
DE VILLARUEL Referencia: JUNTO AL EDIFICIO IÑÁQUITO Telefono Trabajo: 022942125 Celular: 0997786578 Email:
vludena@silversmart.org

No. ESTABLECIMIENTO: 004 ESTADO CERRADO LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT. 26/06/2013
NOMBRE COMERCIAL: SILVERSMART FEC. CIERRE: 12/02/2015
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION INCLUIDO SUS PARTES Y PIEZAS.
SERVICIO DE RECARGAS DE TELEFONIA MOVIL.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS Cantón: SANTO DOMINGO Parroquia: SANTO DOMINGO DE LOS
COLORADOS Calle: GALAPAGOS Número: LOCAL 11 Intersección: ORANZONAS Referencia: DIAGONAL AL CENTRO SOCIAL
LOJA Telefono Trabajo: 022757170 Celular: 0999692537

Doy fe que la fotocopia que antecede es
igual al original que me fue exhibido.
Santo Domingo a



16 ABR 2015
Msc. Cristóbal Tenorio P.
NOTARIO SEGUNDO SUPLENTE

2 FEB 2015

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se
deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MMAR070115 Lugar de emisión: SANTO DOMINGO/AV. QUITO Fecha y hora: 12/02/2015 16:20:15



Factura: 002-002-000007492



20152301002D02426



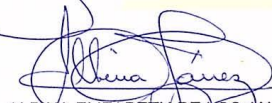
DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20152301002D02426

GINA

Ante mí, NOTARIO(A) CRISTOBAL DE JESUS TENORIO PIURI, de la NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTÓN SANTO DOMINGO, comparece(n) MELKISEDEK FERNANDO LUDENA CARRION CASADO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en SANTO DOMINGO, portador(a) de CÉDULA 1100622552, REPRESENTANDO A SERVICONT CONSULTORES S.C. en calidad de GERENTE GENERAL, ALBINA ELIZABETH DE LOS ANGELES YANEZ YANEZ DIVORCIADO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en SANTO DOMINGO, portador(a) de CÉDULA 1705863981, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva copia. SANTO DOMINGO, a 15 DE ABRIL DEL 2015.


MELKISEDEK FERNANDO LUDENA CARRION
CÉDULA: 1100622552




ALBINA ELIZABETH DE LOS ANGELES YANEZ YANEZ
CÉDULA: 1705863981



NOTARIO(A) CRISTOBAL DE JESUS TENORIO PIURI
NOTARIA SEGUNDA DEL CANTON SANTO DOMINGO
NOTARIO SEGUNDO SUPLENTE
DEL CANTON SANTO DOMINGO



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULA

023 1100622552

CÉDULA 023 Z
CIUDADANÍA RCD
APELLIDOS Y NOMBRES
LUDENA CARRION
MELKISEDEK FERNANDO
LUGAR DE NACIMIENTO
LOJA
CALVAS
CARIAMANGA
FECHA DE NACIMIENTO 1953-01-02
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M
ESTADO CIVIL CASADO
MARIEN RODAIL
ESPINOZA GRANDA

MARTHA OBANDO



REPÚBLICA DEL ECUADOR
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

023
023 - 0037
NÚMERO DE CERTIFICADO
CEDULA
LUDENA CARRION MELKISEDEK
FERNANDO

STO DGO TSACHILAS
PROVINCIA
SANTO DOMINGO
CANTÓN

CIRCUNSCRIPCIÓN
RIO VERDE
PARROQUIA
ZONA

2
0
0

José María P.
1) PRESIDENTE DE LA JUNTA

María

INSTRUCCIÓN
SUPERIOR

PROFESIÓN / OCUPACIÓN
NEGOCIANTE

E333312222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
LUDENA GAONA LIBIO FERNANFLOR
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
CARRION CUEVA BLANCA ESTELA VICENTA
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
SANTO DOMINGO
2013-05-18
FECHA DE EXPIRACIÓN
2023-05-18

[Signature]
DIRECTOR GENERAL

[Signature]
FIRMA DEL CEDULADO

REPUBLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACION Y CEDULACION

CEDULA DE CIUDADANIA No. 170586398

YANEZ YANEZ ALBINA ELIZABETH DE LOS ANGELES

PICHINCHA/QUITO/GONZALEZ SUAREZ

27 DICIEMBRE 1959

REG. CIVIL 016-1 0193 12651 F

PICHINCHA/ QUITO

GONZALEZ SUAREZ 1959

[Signature]

[Stamp: NOTARIA SECCIONA - S. 170586398]

REPUBLICA DEL ECUADOR
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL CNE

044

CERTIFICADO DE VOTACION
ELECCIONES SECCIONALES 23-FEB-2014

044 - 0119 1705863981

NUMERO DE CERTIFICADO CEDULA
YANEZ YANEZ ALBINA ELIZABETH DE LOS ANGELES

PICHINCHA	CIRCUNSCRIPCION	0
PROVINCIA	MACHACHI	0
MEJIA	PARROQUIA	ZONA
CANTON		

[Signature]

1. PRESIDENTE DE LA JUNTA

ECUATORIANA***** V4443V4442

NACIONALIDAD IND. DACT

DIVORCIADO

SUPERIOR ECONOMISTA

APARICIO YANEZ

MARIA TRANCITO YANEZ

RUMINAHUI 23/10/2012

23/10/2024

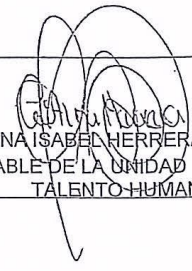
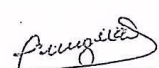
FECHA DE CADUCIDAD

FORMA No. DUP 0106703

[Signature]

[Fingerprint]

PULGAR DERECHO

ACCIÓN DE PERSONAL		REPÚBLICA DEL ECUADOR FUNCIÓN JUDICIAL		Nro. 594-DP23-CJ-TH-2015 Fecha 02/abr/2015	
1 ORGANOS AUXILIARES DE SANTO DOMINGO			2		
3 TENORIO PIURI Apellidos		CRISTOBAL DE JESUS Nombre		4 Rige A Partir De 06/abr/2015 Rige Hasta 20/abr/2015	
5 Cédula de Ident. 170962956-0		6 Cédula Militar		7 Certificado de Votación	
8 Tipo Acción de Personal Subrogación					
<p>9 Explicación</p> <p>En virtud de haberse concedido a la Dra. Martha Obando, Notaria Segunda del Cantón Santo Domingo, esta Dirección Provincial dispone que el sea el Dr. Tenorio Piuri Cristobal, Notario Suplente quien subrogue la Notaria Segunda desde el 06 de abril de 2015 al 20 de abril de 2015, con todas las atribuciones del titular y con la prohibición del ejercicio profesional por el tiempo que este subrogue.</p>					
<p>10 Situación Actual</p> <p>Dependencia ORGANOS AUXILIARES DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHIL</p> <p>Departamento NOTARIA SEGUNDA</p> <p>Puesto NOTARIO SUPLENTE</p> <p>Remuneración Unif.</p> <p>Lugar de Trabajo SANTO DOMINGO</p> <p>Partida</p>			<p>11 Situación Propuesta</p> <p>Dependencia ORGANOS AUXILIARES DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHIL</p> <p>Departamento NOTARIA SEGUNDA</p> <p>Puesto NOTARIA (S)</p> <p>Remuneración Unif.</p> <p>Lugar de Trabajo SANTO DOMINGO</p> <p>Partida</p>		
12 La persona reemplaza a. Quien cesó en el Cargo con fecha			Causal		
13 Registro Nro Fecha			 CRISTINA ISABEL HERRERA INTRIAGO RESPONSABLE DE LA UNIDAD PROVINCIAL DE TALENTO HUMANO		
 AB. SILVIA AGUIRRE VILCA DIRECTORA PROVINCIAL DEL CONSEJO DE LA JUDICATURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILA					